

El mercado de las conservas vegetales en México

El mercado de las conservas vegetales en México

Este estudio ha sido realizado por *Rosalía Nieves García Pérez* bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México D.F.

Noviembre de 2006

ÍNDICE

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	5
I. INTRODUCCIÓN	7
1. Definición y características del sector y subsectores relacionados	7
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	11
1. Análisis cuantitativo	11
1.1. Tamaño de la oferta	11
1.2. Análisis de los componentes de la oferta	14
1.3. Importaciones y exportaciones por partida arancelaria	17
2. Análisis cualitativo	26
2.1. Producción	26
2.2. Distribución geográfica de la industria	28
2.3. Obstáculos comerciales	29
2.4. Precios y marcas en el mercado	33
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	34
1. Análisis cuantitativo	34
1.1. Canales de distribución	34
1.2. Esquema de la distribución	37
1.3. Principales distribuidores	40
2. Análisis cualitativo	42
2.1. Estrategias de canal	42
2.2. Condiciones de acceso	42
2.3. Condiciones de suministro	43
2.4. Promoción y publicidad	44
2.5. Tendencias de la distribución	44
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	45
1. Tendencias generales del consumo	45
1.1. Factores sociodemográficos	45
1.2. Factores económicos	46
1.3. Distribución de la renta disponible	48
1.4. Tendencias sociopolíticas	50
2. Análisis del comportamiento del consumidor	51
2.1. Hábitos de consumo	51
2.2. Hábitos de compra	51
3. Percepción del producto español	52
V. ANEXOS	53
1. Precios y marcas en el mercado	53

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

2. Promoción de la aceituna de mesa española en México	62
3. Ferias del sector	63
4. Listado de direcciones de interés	65
4.1. Listado de Importadores, Distribuidores y Representantes de Alimentación en México	65
4.2. Listado de Grandes Superficies de Alimentación en México	75
5. Bibliografía	80



ICEX

RESUMEN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Hasta hace relativamente pocos años, el mercado mexicano estuvo cerrado para la gran mayoría de los productos alimentarios terminados provenientes del exterior. En 1986, México se adhiere al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) y pocos años después, el mercado mexicano comienza su apertura comercial para los productos alimentarios. En los últimos años, la llegada tanto de nuevos productos como de inversores al mercado mexicano, lo han convertido en un competidor mundial.

Dentro de la Industria de los Alimentos, las Conservas Alimenticias en México han venido desempeñando un comportamiento económico que refleja crecimientos importantes, tanto en su producción como en su comercialización. De tal forma que este sector ha consolidado su presencia, tanto en el mercado nacional como internacional, no sólo por la diversidad y variedad de sus productos, sino también por su calidad.

Acerca de las conservas vegetales, es interesante mencionar que representan una de las principales industrias manufactureras del país, con aproximadamente un 5% del PIB de la rama de alimentos, bebidas y tabaco. La dinámica del crecimiento del sector de legumbres y hortalizas en conserva es moderada pero ascendente, ya que se trata de productos que la población (joven fundamentalmente) ha incorporado con mayor rapidez a sus usos alimenticios gracias a la facilidad de preparación, acorde con el ritmo de vida actual, y la creciente preocupación por adoptar hábitos de consumo más sanos que incluyan los vegetales.

Dentro de las importaciones, destacan el tomate, el pimiento y el maíz procedentes fundamentalmente de EEUU, España (90% del mercado de la aceituna) y Brasil.

Las importaciones mexicanas de productos tan populares en México como el tomate o los frijoles, que a su vez representan un alto porcentaje de la producción nacional, se explican por el hecho de que la producción agrícola no es suficiente para abastecer la demanda nacional de tales productos.

En el caso de la aceituna, es el principal producto español presente en éste país dentro de la categoría de las conservas vegetales, aunque España sigue siendo con gran diferencia el líder acaparando casi el total de las importaciones mexicanas, es preocupante la pérdida relativa de peso frente a países como EE.UU, Argentina y Grecia. El mercado mexicano se caracteriza por la fuerte presencia de marcas españolas, más alguna local. Al igual que en otros países, empieza a hacerse notar la presencia de aceitunas de Argentina debido a que son más baratas que las españolas.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

El mercado de las conservas vegetales en México se caracteriza por:

- La demanda de encurtidos es continúa durante todo el año.
- La demanda del producto se ha incrementado por el aumento de los consumidores.
- La producción mexicana está enfocada no sólo a satisfacer la demanda nacional sino también la exportación del producto, en virtud del bajo costo de la materia prima y de la elevada competitividad de la mano de obra en el país.
- El producto español es competitivo en precio, ya que en ocasiones es más barato que su equivalente mexicano (Ej. aceitunas sin hueso y aceitunas rellenas de pimiento morrón). También hemos de destacar que se observa mayor rango de precios (diferencia entre el máximo y el mínimo de la muestra) para el producto español, que para el producto mexicano.
- España, como país exportador a México compite principalmente con EE.UU., con una cuota de mercado en torno al 50% en la mayor parte de las categorías, excepto en el caso de la aceituna, donde el producto español es líder del mercado.

ICEX

I ■ INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y SUBSECTORES RELACIONADOS

El principal objetivo del presente estudio es profundizar en el conocimiento del mercado de las conservas vegetales en México y descubrir las oportunidades que dicho mercado puede ofrecer a los productos españoles.

Así, se analizan los principales rasgos del mercado mexicano de las conservas vegetales, incluyendo estadísticas comerciales, análisis de la oferta y la demanda, de la distribución y de los consumidores, con el fin de dar al exportador español una panorámica general del mercado que le permita enfocar de mejor manera sus negocios.

El sector de las conservas vegetales en México está conformado tanto por la producción nacional como por las importaciones. Dentro de la categoría de conservas vegetales, existen productos considerados populares y productos considerados premium. La demanda mexicana de las conservas populares se satisface primordialmente con la producción nacional y también es satisfecha, pero en menor proporción, por importaciones. La demanda mexicana de conservas premium es satisfecha exclusivamente por importaciones, siendo España su principal fuente.

Los principales productos de este sector son:

f Espárragos	f Frijoles
f Pimientos	f Maíz dulce
f Champiñones / hongos	f Pepinos y pepinillos
f Guisantes / chícharos	f Tomates
f Aceitunas	f Otras conservas en vinagre

Actualmente, los productos de conservas alimenticias se clasifican en el Capítulo XX de la Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación, manteniendo un status de desgravación arancelaria de acuerdo con el esquema de cada uno de los tratados firmados por México.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Según el código arancelario mexicano¹, la fracciones arancelarias de los productos objeto de este estudio son las siguientes:

20 PREPARACIONES DE LEGUMBRES U HORTALIZAS, DE FRUTOS O DE OTRAS PARTES DE PLANTAS.

20.01 Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético.

- 2001.10 - Pepinos y pepinillos.
- 2001.10.01 Pepinos y pepinillos.
- 2001.20 - Cebollas.
- 2001.20.01 Cebollas.
- 2001.90 - Los demás.
- 2001.90.01 Pimientos (*Capsicum annum*).
- 2001.90.02 Las demás hortalizas.
- 2001.90.99 Las demás.

20.02 Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético).

- 2002.10 - Tomates enteros o en trozos.
- 2002.10.01 Tomates enteros o en trozos.
- 2002.90 - Los demás.
- 2002.90.99 Los demás.

20.03 Setas y demás hongos y trufas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético).

- 2003.10 - Setas y demás hongos.
- 2003.10.01 Setas y demás hongos.
- 2003.20 - Trufas.
- 2003.20.01 Trufas.

¹ De acuerdo con el Sistema Armonizado Internacional (más conocido por sus siglas en inglés HS – Harmonized System) que siguen los códigos arancelarios mexicano (TIGIE) y europeo (TARIC), los seis primeros dígitos de dichos códigos de comercio internacional deben coincidir.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

20.04 Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas, excepto los productos de la partida 20.06.

- 2004.10 - Papas (patatas).
- 2004.10.01 Papas (patatas).
- 2004.90 - Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas.
- 2004.90.01 Antipasto.
- 2004.90.02 Frijoles (porotos, alubias, judías, fréjoles).
- 2004.90.99 Las demás.

20.05 Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 20.06.

- 2005.10 - Hortalizas homogeneizadas.
- 2005.10.01 Hortalizas homogeneizadas.
- 2005.20 - Papas (patatas).
- 2005.20.01 Papas (patatas).
- 2005.40 - Chícharos (arvejas, guisantes) (*Pisum sativum*).
- 2005.40.01 Chícharos (arvejas, guisantes) (*Pisum sativum*).
 - Frijoles (porotos, alubias, judías, fréjoles) (*Vigna* spp., *Phaseolus* spp.):
- 2005.51 -- Desvainados.
- 2005.51.01 Desvainados.
- 2005.59 -- Los demás.
- 2005.59.99 Los demás.
- 2005.60 - Espárragos.
- 2005.60.01 Espárragos.
- 2005.70 - Aceitunas.
- 2005.70.01 Aceitunas.
- 2005.80 - Maíz dulce (*Zea mays* var. *saccharata*).
- 2005.80.01 Maíz dulce (*Zea mays* var. *saccharata*).
- 2005.90 - Las demás hortalizas y las mezclas de hortalizas.
- 2005.90.01 Pimientos (*Capsicum annum*).
- 2005.90.02 "Choucroute".
- 2005.90.99 Las demás.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

20.06 Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados).

2006.00 Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados).

2006.00.01 Frijoles (porotos, alubias, judías, fréjoles) (*Vigna* spp., *Phaseolus* spp.).

2006.00.02 Espárragos.

2006.00.03 Las demás hortalizas congeladas, excepto lo comprendido en las fracciones 2006.00.01 y 02.

2006.00.99 Los demás.



ICEX

II. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Tamaño de la oferta

El objetivo es presentar un conjunto de tablas que desarrollen la balanza del sector. Se procederá a mostrar primero una balanza específica del sector, y, después, una balanza por grupos de productos significativos.

Para la obtención de datos de producción se han tenido en cuenta las estadísticas nacionales referentes a la preparación y envasado de frutas y legumbres. La metodología utilizada implica en primer lugar disponer de las estadísticas que el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (en adelante INEGI), realiza según la Encuesta Industrial Mensual para obtener cifras sobre la producción de vegetales en conserva para el período 2000 – 2006 (hasta el mes de Septiembre).

Es importante destacar que la clasificación de las actividades que integran el sector industrial obedece a la decisión tomada en 1991 por México de tener un clasificador común para los países del TLCAN, el cual ha sido denominado Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN). De esta forma, la producción de vegetales en conserva corresponde actualmente a la Clase 311301 (Preparación y envasado de frutas y verduras). El INEGI considera como unidad económica a la que tiene una sola ubicación física, asentada de manera permanente y delimitada por construcciones e instalaciones fijas.

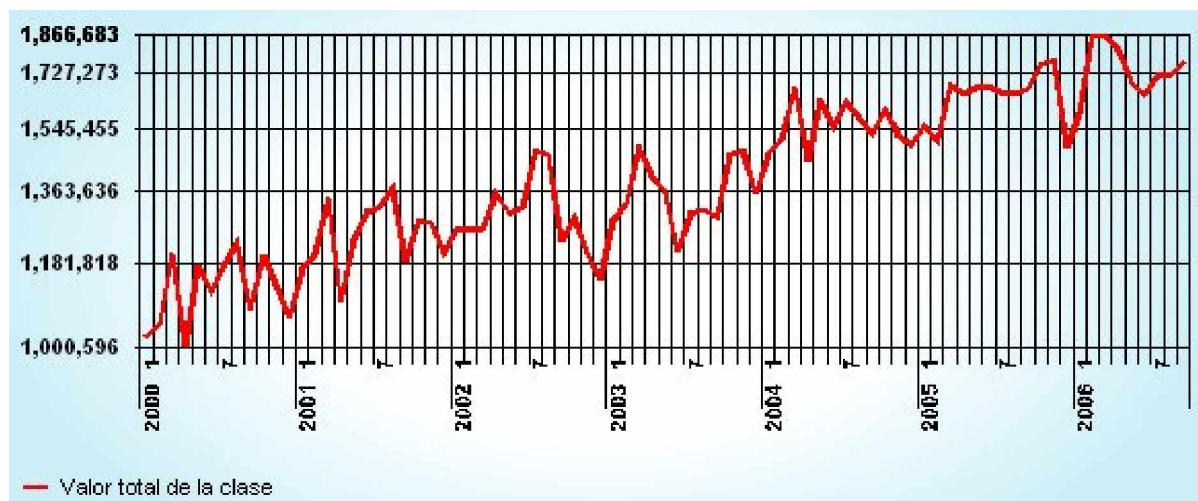
Los datos de producción obtenidos de las Encuestas Mensuales son una aproximación, dado que esta Encuesta únicamente cubre a un porcentaje de los establecimientos clasificados en la actividad 311301.

En la Tabla 1 se ve la producción de conservas vegetales en general, y en las dos siguientes tenemos los datos de producción del tomate, en la Tabla 2 y de los chícharos (guisantes) en la Tabla 3, que son los que de manera específica ofrece el INEGI.

En todos los casos el INEGI nos ofrece datos hasta Septiembre de 2006.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

TABLA 1. PREPARACIÓN Y ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES. LEGUMBRES Y OTROS VEGETALES EN CONSERVA (PRODUCCIÓN)

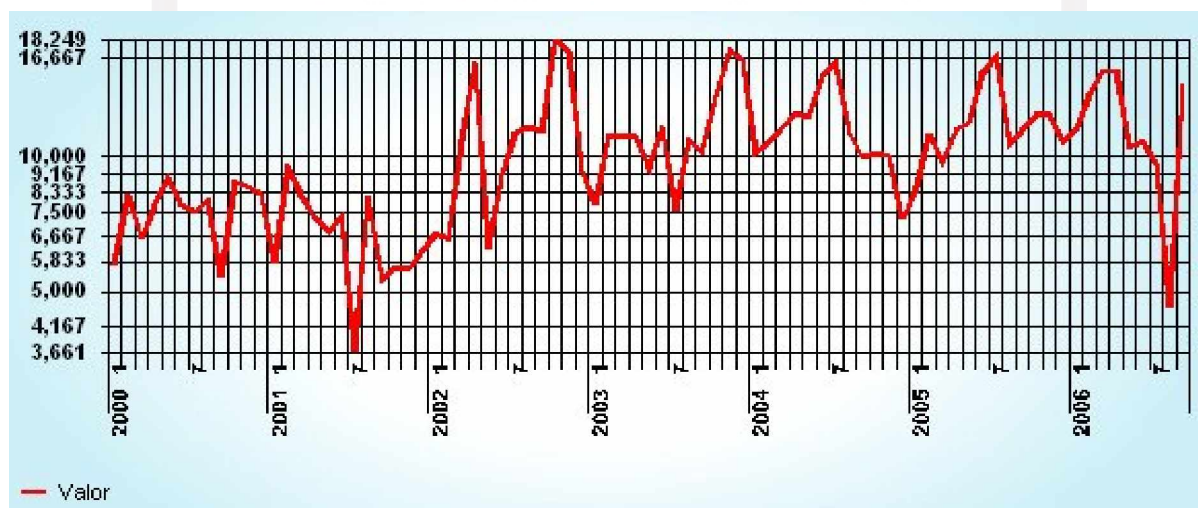


*Unidades: Miles de pesos a precios corrientes (cifras absolutas)

Fuente: INEGI. Encuesta Industrial Mensual

Las cifras alcanzadas en 2005 y hasta Septiembre de 2006 son las mejores de los últimos 5 años y suponen una notable mejoría desde el año 2000, presentando un comportamiento de crecimiento regular en todo el período escogido (2000-2006).

TABLA 2. CHÍCHAROS (PRODUCCIÓN)



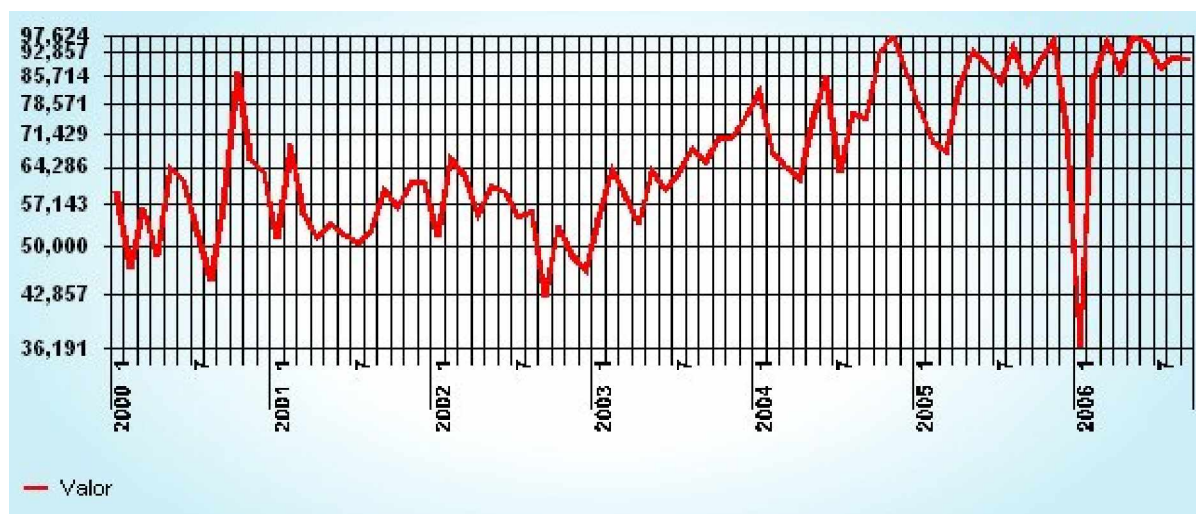
*Unidades: Miles de pesos a precios corrientes (cifras absolutas)

Fuente: INEGI. Encuesta Industrial Mensual

Los guisantes presentan una producción irregular, aunque el nivel muestra una tendencia a largo plazo a la estabilidad, ya que es un producto muy consumido entre la población mexicana.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

TABLA 3. TOMATES EN PURÉ O EN OTRAS FORMAS (PRODUCCIÓN)



*Unidades: Miles de pesos a precios corrientes (cifras absolutas)

Fuente: INEGI. Encuesta Industrial Mensual

El tomate es una de las principales hortalizas que produce México, aunque sufre de una estacionalidad muy fuerte.

De la gran diversidad de hortalizas que se explotan, el tomate es la segunda especie hortícola más importante por la superficie sembrada, que es de aproximadamente 78 mil hectáreas, con un volumen de producción que supera los 70 millones de toneladas, por lo que se considera el producto hortícola de mayor importancia económica en México.

El cultivo de hortalizas representa en México alrededor del 3 al 3.5 % de la superficie agrícola; sin embargo, lo anterior choca con el 18 % del valor total de la producción nacional y el 50 % del valor de las exportaciones que llegan a México.

Como veremos más adelante, México refleja un crecimiento importante en las importaciones desde otros países de hortalizas frescas como el tomate o los guisantes, ya que la producción nacional no es suficiente para abastecer la demanda. El Estado de Sinaloa es el principal exportador de diversos cultivos vegetales.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

1.2. Análisis de los componentes de la oferta

A continuación pasaremos a analizar las importaciones y exportaciones concretas de las partidas arancelarias indicadas en el apartado II. De todas las partidas, nos centraremos en aquellas en las que España figura en un lugar preferente, entre los diez principales países suministradores del mercado.

Ante todo cabe destacar el indiscutible protagonismo de los EEUU como principal competidor con España exportando a México, contando con un mínimo de un 50% de cuota de mercado en casi todas las fracciones arancelarias analizadas en este estudio. Considerando este factor, el papel de los demás países se ve reducido notablemente.

El objetivo es presentar un conjunto de tablas que desarrollen la balanza del sector. Se procederá a mostrar las importaciones y exportaciones de las partidas:

- 20.01** Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético.
- 20.02** Tomates preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido acético).
- 20.03** Setas y demás hongos y trufas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético).
- 20.04** Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas, excepto los productos de la partida 20.06.
- 20.05 las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 20.06.
 - 20.05.60** - Espárragos
 - 20.02.70** - Aceitunas
- 20.06** Hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados).

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

TABLA 4. IMPORTACIONES TOTALES DEL CAPÍTULO 20

Descripción		Años			% Participación			% Cambio
HS		2003	2004	2005	2003	2004	2005	05/04
	-- MUNDO --	170550,65	197303,24	221414,43	100	100	100	12,22
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas	383,37	394,50	438,40	0,23	0,2	0,2	11,13
20.01	Pepinos y pepinillos. Pimientos	4,37	5,09	5,19	1,14	1,29	1,18	1,9
20.02	Tomates	26,05	29,31	37,26	6,79	7,43	8,5	27,13
20.03	Setas y hongos (champiñones)	5,09	8,27	6,39	1,33	2,1	1,46	-22,76
20.04	Frijoles (alubias)	74,83	81,20	96,25	19,52	20,58	21,96	18,54
20.05	Chícharos (guisantes). Aceitunas. Maíz	70,44	75,15	98,15	18,37	19,05	22,39	30,6
20.06	Espárragos	1,76	1,89	3,82	0,46	0,48	0,87	102

*Total Importaciones a México del capítulo 20 (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

Si consideramos el capítulo 20 al completo, observamos que las importaciones han seguido una línea creciente en los últimos tres años.

Como podemos ver en la Tabla 4, la partida 20.05 es la que presenta un mayor crecimiento de las importaciones. Es importante señalar que en esta partida se ubican las aceitunas.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

TABLA 5. EXPORTACIONES TOTALES DEL CAPÍTULO 20

Descripción		Años			% Participación			% Cambio
HS		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
	-- MUNDO --	164860,33	189200,41	213994,65	100	100	100	13,1
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas	348,69	434,12	553,18	0,21	0,23	0,26	27,43
20.01	Pepinos y pepinillos. Pimientos	97,70	112,03	122,65	28	25,81	22,2	9,48
20.02	Tomates	9,33	13,85	12,93	2,68	3,19	2,34	-6,59
20.03	Setas y hongos (champiñones)	5,96	2,00	2,04	1,71	0,46	0,37	1,93
20.04	Frijoles (alubias)	8,93	9,03	17,74	2,56	2,08	3,21	96,41
20.05	Chícharos (guisantes). Aceitunas. Maíz	68,28	111,34	134,58	19,6	25,65	24,3	20,88
20.06	Espárragos	5,54	10,12	11,46	1,59	2,33	2,07	13,15

*Total Exportaciones de México del capítulo 20 (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

La Tabla 5 nos indica que las exportaciones mexicanas de conservas vegetales también muestran un comportamiento creciente, siendo de nuevo la partida 20.05 la que mayores incrementos presenta, debido, en este caso a los guisantes y al maíz, productos en los que México destaca como productor mundial.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

1.3. Importaciones y exportaciones por partida arancelaria

PARTIDA 20.01: HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS Y DEMÁS PARTES COMESTIBLES DE PLANTAS, PREPARADOS O CONSERVADOS EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO

TABLA 6. IMPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	4,37	5,09	5,19	100	100	100	1,9
1	EE.UU.	2,67	2,60	2,39	61,1	51,17	46,07	-8,26
2	ESPAÑA	1,12	1,32	1,70	25,63	25,87	32,75	29,02
3	CHINA	0,06	0,11	0,26	1,48	2,1	5,06	144,97
4	GUATEMALA	0,13	0,13	0,19	3,06	2,61	3,72	45,62

*Total Importaciones a México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

TABLA 7. EXPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	97,70	112,03	122,65	100	100	100	9,48
1	EE.UU.	87,48	102,85	114,92	89,54	91,81	93,7	11,73
2	JAPON	0,77	0,82	2,21	0,79	0,73	1,8	170,77
3	G BRETAÑA E IRLAN	1,46	1,64	1,07	1,49	1,46	0,88	-34,46
4	AUSTRALIA	0,39	0,51	1,06	0,4	0,45	0,86	107,85
5	ALEMANIA	0,54	0,75	0,67	0,55	0,67	0,55	-10,71
6	CANADA	5,27	3,62	0,67	5,4	3,23	0,54	-81,57
7	ESPAÑA	0,31	0,38	0,30	0,31	0,34	0,25	-20,42
8	HONDURAS	0,48	0,29	0,26	0,49	0,26	0,21	-9,53

*Total Exportaciones de México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

La partida 20.01 corresponde a los pepinos, los pepinillos y los pimientos, productos que, si bien no son tan populares en México como en España, sí tienen épocas de gran consumo, como es la navideña. En la Tabla 6 vemos que España es el segundo país exportador de tales productos por detrás de EE.UU., y las cifras indican un aumento constante de las importaciones.

En contrapartida, la Tabla 7 nos muestra que las exportaciones mexicanas de pepinos, pepinillos y pimientos apenas son significativas, ya que en estos productos México es un importador neto.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

PARTIDA 20.02: TOMATES PREPARADOS O CONSERVADOS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO)

TABLA 8. IMPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio - 05/04 -
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
0	-- MUNDO --	26,05	29,31	37,26	100	100	100	27,13
1	EE.UU.	21,64	25,96	25,78	83,07	88,58	69,2	-0,69
2	CHILE	2,77	2,25	9,50	10,65	7,67	25,51	322,63
3	CHINA	0,33	0,15	0,80	1,26	0,51	2,14	429,36
4	ITALIA	0,69	0,73	0,74	2,64	2,49	1,97	0,94
5	ESPAÑA	0,61	0,20	0,40	2,34	0,68	1,07	98,43
6	ARGENTINA	0,00	0,01	0,02	0,02	0,02	0,06	216,74

*Total Importaciones a México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

TABLA 9. EXPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio - 05/04 -
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
0	-- MUNDO --	9,33	13,85	12,93	100	100	100	-6,59
1	EE.UU.	9,10	13,19	12,34	97,58	95,24	95,4	-6,45
2	GUATEMALA	0,06	0,12	0,42	0,68	0,86	3,27	255,69
3	ESPAÑA	0,05	0,05	0,04	0,55	0,38	0,31	-24,01
4	COSTA RICA	0,00	0,14	0,03	0,05	0,98	0,27	-74,65
5	CANADA	0,03	0,02	0,03	0,27	0,18	0,22	14,24
6	ALEMANIA	0,01	0,02	0,03	0,13	0,11	0,2	70,05

*Total Exportaciones de México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

La Tabla 8 recoge las importaciones de tomates, en las que España ocupa el quinto lugar, con una cuota de participación del 0.40 % en el año 2005, muy por debajo de EE.UU., número uno con una cuota del 37.26%. No obstante, México es un gran productor de tomate, y también exportador, como observamos en la Tabla 9.

Así, vemos que México exporta principalmente a Guatemala, habiéndose dado un gran descenso en las exportaciones tanto a EE.UU. como a España.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

PARTIDA 20.03: SETAS Y DEMÁS HONGOS Y TRUFAS, PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO)

TABLA 10. IMPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	5,09	8,27	6,39	100	100	100	-22,76
1	CHINA	2,73	4,67	5,03	53,7	56,45	78,75	7,76
2	CHILE	1,70	2,24	0,96	33,44	27,09	15,11	-56,91
3	EE.UU.	0,05	0,05	0,15	1,01	0,65	2,29	173,8
4	INDIA	0,12	0,01	0,08	2,38	0,17	1,27	478,54
5	ESPAÑA	0,43	1,13	0,06	8,36	13,67	0,95	-94,63
6	ITALIA	0,04	0,09	0,06	0,72	1,09	0,9	-35,66

*Total Importaciones a México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

TABLA 11. EXPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	5,96	2,00	2,04	100	100	100	1,93
1	EE.UU.	5,78	1,79	1,84	97,05	89,55	90,6	3,15
2	NICARAGUA	0,05	0,06	0,06	0,77	2,85	2,78	-0,37
3	HONDURAS	0,04	0,05	0,04	0,62	2,67	2,08	-20,61
4	EL SALVADOR	0,02	0,02	0,02	0,38	1,03	0,94	-6,65
5	COSTA RICA	0,03	0,01	0,02	0,44	0,41	0,91	123,99
6	PORTUGAL	0,00	0,00	0,02	0	0	0,83	0
7	ESPAÑA	0,01	0,03	0,01	0,14	1,35	0,63	-52,65

*Total Exportaciones de México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

En ésta partida nos vamos a basar en los champiñones, ya que dentro de la categoría de setas, hongos y trufas, son los que realmente se consumen en México.

Así, en la Tabla 10 vemos que las importaciones españolas de champiñones en México han decrecido en el último año, alcanzando una cuota de participación que no llega al 1% en el año 2005 y situándose en el quinto lugar de países que exportan este producto a México. España es un país productor de champiñones, por lo que no son significativas las exportaciones de México a nuestro país (Tabla 11).

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

PARTIDA 20.04: LAS DEMÁS HORTALIZAS PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO), CONGELADAS, EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LA PARTIDA 20.06

TABLA 12. IMPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio - 05/04 -
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
0	-- MUNDO --	74,83	81,20	96,25	100	100	100	18,54
1	EE.UU.	52,90	58,30	70,52	70,69	71,8	73,26	20,95
2	CANADA	20,91	22,76	25,41	27,94	28,04	26,4	11,61
3	PAISES BAJOS	0,78	0,07	0,17	1,05	0,09	0,17	132,5
4	CHINA	0,00	0,02	0,06	0	0,02	0,07	244,63
5	ESPAÑA	0,01	0,00	0,05	0,02	0	0,06	8573,74
6	TAILANDIA	0,01	0,02	0,03	0,01	0,02	0,03	59,91
7	FRANCIA	0,00	0,00	0,01	0,01	0	0,01	986,03
8	JAPON	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	-43,08

*Total Importaciones a México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

TABLA 13. EXPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio - 05/04 -
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
0	-- MUNDO --	8,93	9,03	17,74	100	100	100	96,41
1	EE.UU.	8,91	9,01	17,71	99,79	99,76	99,8	96,55
2	CANADA	0,00	0,00	0,01	0	0,05	0,08	211,08
3	ALEMANIA	0,01	0,00	0,01	0,07	0	0,06	0
4	SINGAPUR	0,00	0,00	0,00	0	0	0,01	0
5	HONDURAS	0,00	0,00	0,00	0	0	0,01	2403,51
6	ESPAÑA	0,00	0,00	0,00	0	0	0,01	0

*Total Exportaciones de México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

Esta partida recoge los frijoles, producto de gran tradición mexicana. En la Tabla 12 vemos que destaca EE.UU. como principal exportador.

Los frijoles no son muy populares en España, siendo un producto típico de la gastronomía mexicana, cuyas exportaciones se dan principalmente a Estados Unidos, debido al fenómeno de la inmigración y por el número de mexicanos residiendo allí (Tabla 13).

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

PARTIDA 20.05: LAS DEMÁS HORTALIZAS PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO), SIN CONGELAR, EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LA PARTIDA 20.06.

20.05.60 – ESPÁRRAGOS

TABLA 14. IMPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio - 05/04 -
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	
0	-- MUNDO --	0,75	1,00	0,71	100	100	100	-28,66
1	CHINA	0,11	0,33	0,37	14,44	33,3	52,4	12,27
2	ESPAÑA	0,31	0,31	0,20	41,65	30,86	28,66	-33,75
3	PERU	0,13	0,20	0,12	17,6	20,19	16,54	-41,54
4	EE.UU.	0,17	0,14	0,02	23,16	14,53	2,38	-88,29

*Total Importaciones a México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

España tiene un gran protagonismo en la importación mexicana de espárragos, posicionándose en segundo lugar, aunque muy por detrás de China, cuya cuota de participación supera el 50% (Tabla 14). La venta regular de los espárragos es baja y depende mucho del precio, razón por la que el producto asiático es más competitivo que el español.

Las exportaciones de espárragos de México a España son inexistentes, por lo que no se ha anexado tabla con tales datos.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

PARTIDA 20.05: LAS DEMÁS HORTALIZAS PREPARADAS O CONSERVADAS (EXCEPTO EN VINAGRE O EN ÁCIDO ACÉTICO), SIN CONGELAR, EXCEPTO LOS PRODUCTOS DE LA PARTIDA 20.06.

20.05.70 – ACEITUNAS

TABLA 15. IMPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	10,61	13,58	12,98	100	100	100	-4,45
1	ESPAÑA	8,95	11,95	11,64	84,39	87,97	89,72	-2,55
2	EE.UU.	1,10	1,11	0,90	10,33	8,14	6,95	-18,41
3	ARGENTINA	0,22	0,16	0,19	2,07	1,17	1,46	18,48
4	GRECIA	0,23	0,27	0,08	2,21	2,02	0,65	-69,1
5	PORTUGAL	0,00	0,00	0,05	0	0,03	0,42	1363,4
6	ITALIA	0,04	0,06	0,05	0,42	0,44	0,39	-14,87
7	TURQUIA	0,00	0,01	0,02	0,02	0,06	0,16	144,52

*Total Importaciones a México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

En la Tabla 15 comprobamos que España es el principal proveedor de aceitunas en México. Es el máximo exportador con una cuota de mercado cercana al 90% del valor de las aceitunas exportadas a México. Aún así hay una pérdida relativa de peso frente a terceros países como Argentina por su menor precio.

En el caso de las exportaciones de aceituna mexicana a España, al igual que en el caso de los espárragos, éstas tampoco se dan.

El mercado de aceitunas en México esta dividido en dos segmentos:

- El primero corresponde a aceituna de baja calidad, generalmente con hueso, que se utiliza en platillos mexicanos navideños.
- El segundo corresponde a aceitunas de buena calidad, generalmente sin hueso, rellena y aceituna negra. Este segmento se consume por la población de medios y altos ingresos con bebidas alcohólicas, botanas (aperitivos), ensaladas, carnes y pescados y en platillos de otros países.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Según el Consejo Oleícola Internacional, México tuvo una producción en la campaña 2004/2005 de ocho mil toneladas, unas importaciones de cuatro mil, un consumo de nueve mil y unas exportaciones de tres mil toneladas.

De acuerdo con los datos de La Asociación de Exportadores e Industriales de la Aceituna de Mesa (ASEMESA), las exportaciones de España a México durante los últimos cinco años han sido:

TABLA 16. EXPORTACIONES DE ACEITUNA ESPAÑA A MÉXICO

AÑO	KILOS	EUROS
2001	2.372.488	5.237.085
2002	2.722.583	6.654.381
2003	3.463.706	7.833.783
2004	3.414.807	8.324.747
2005	3.388.380	7.578.754

El desglose correspondiente al año 2005 es el siguiente:

POR TIPO DE ENVASE		
Granel	1.217	36,00%
Frascos	871	25,70%
Latas	1.300	38,30%
TOTAL	3.388	100,00%

POR TIPO DE ACEITUNA		
Verdes	3.052	90,00%
Negras	300	9,00%
Otras	36	1,00%
TOTAL	3.388	100,00%

POR FORMA DE PRESENTACIÓN		
Lisas	1.622	48,00%
Rellenas	861	25,40%
Deshuesadas	598	17,60%
Rodajas	271	8,00%
Otras	36	1,00%
TOTAL	3.388	100,00%

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

PARTIDA 20.06: HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS O SUS CORTEZAS Y DEMÁS PARTES DE PLANTAS, CONFITADOS CON AZÚCAR (ALMIBARADOS, GLASEADOS O ESCARCHADOS)

TABLA 17: IMPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	1,76	1,89	3,82	100	100	100	102
1	EE.UU.	1,07	1,01	2,68	60,99	53,46	70,26	165,47
2	CHINA	0,12	0,30	0,40	6,94	15,75	10,43	33,8
3	GUATEMALA	0,18	0,13	0,27	10,39	7,09	6,95	98,11
4	CANADA	0,00	0,06	0,10	0	3,2	2,74	72,83
5	ITALIA	0,11	0,10	0,10	6,52	5,18	2,72	6,01
6	FILIPINAS	0,00	0,05	0,07	0,27	2,73	1,79	33,02
7	ESPAÑA	0,11	0,12	0,06	6,14	6,17	1,62	-46,84
8	FRANCIA	0,07	0,06	0,05	3,8	3,24	1,35	-15,9

*Total Importaciones a México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

TABLA 18. EXPORTACIONES

Rango	País				% Participación			% Cambio
		2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0	-- MUNDO --	5,54	10,12	11,46	100	100	100	13,15
1	EE.UU.	5,40	10,09	11,39	97,51	99,66	99,4	12,9
2	CUBA	0,00	0,00	0,05	0,08	0,02	0,47	2797,76
3	GUATEMALA	0,01	0,01	0,00	0,1	0,08	0,03	-57,07
4	BELICE	0,00	0,00	0,00	0,02	0,03	0,02	-23,21
5	CANADA	0,00	0,01	0,00	0,07	0,09	0,02	-80,7
6	HONDURAS	0,00	0,00	0,00	0,05	0,04	0,01	-67,43
7	ALEMANIA	0,00	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	-9,23
12	ESPAÑA	0,08	0,01	0,00	1,49	0,07	0	-99,85

*Total Exportaciones de México desglosada por países (Millones de dólares americanos)

Fuente: World Trade Atlas

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

La partida 20.06 contiene ciertas preparaciones de espárragos y de frijoles, que como se ha comentado anteriormente no son productos en los que España destaque por sus exportaciones, y que, como vemos en la Tabla 17, ha ido perdiendo protagonismo de manera drástica. En el caso de las exportaciones España se sitúa en el lugar número doce (Tabla 18), sin apenas relevancia en las exportaciones mexicanas de estos productos.

Como se ha comentado anteriormente, hay una serie de partidas del capítulo 20.05 cuyas exportaciones e importaciones no se han reflejado en una tabla por la carencia de protagonismo español y las reducidas cantidades económicas que refleja nuestro país. Los productos son:

20.05.40 – CHÍCHAROS (guisantes): En las importaciones España se sitúa en el lugar número 17 y en las exportaciones en el 29.

20.05.80 – MAÍZ DULCE: México es un gran productor de maíz, por lo que en las importaciones España aparece en el noveno lugar. En las exportaciones es el décimo, ya que España también produce este vegetal.

ICEX

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Producción

La Cámara Nacional de la Industria de las Conservas Alimenticias (en adelante CANAINCA) aglutina a 50 empresas. La situación del mercado mexicano de conservas nos indica que las exportaciones de las empresas mexicanas van desde el 5% al 20% de su producción.

La industria de las conservas alimenticias vendió un total de 49,867.3 millones de pesos nominales en el 2005 (1 Euro (EUR) = 14.44792 México - Peso (MXN)).

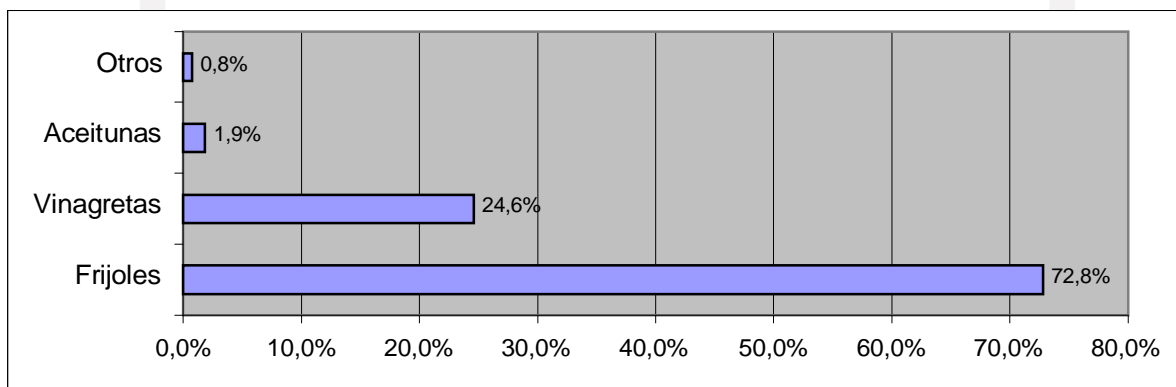
Según datos de la Canainca, en términos nominales, la industria exhibe un porcentaje de crecimiento de 7.8%, que traducido en valores constantes, se traduce en una variación del 3.3%. Considerando la evolución del sector de las conservas alimenticias en general, hemos de destacar que el sector de las conservas vegetales terminó el año 2005 con una tendencia positiva, siendo este año el que presenta el porcentaje de crecimiento más alto si omitimos las aceitunas, que han pasado a proceder de la exportación casi en su totalidad (Tabla 19).

TABLA 19. TONELADAS VENDIDAS

Categorías	Toneladas				Crecimiento		
	2002	2003	2004	2005	02 / 03	03 / 04	04 / 05
Frijoles	125.525	126.151	126.555	144.638	0%	0%	14%
Vinagretas	42.925	46.967	47.097	48.830	9%	0%	4%
Aceitunas	3.007	3.816	4.500	3.686	27%	18%	-18%
Otros	1.246	1.400	1.213	1.520	12%	-13%	25%
Total	172.703	178.334	179.365	198.674	48%	5%	25%

Fuente: Canainca

GRÁFICO 1. PARTICIPACIÓN DE LAS CATEGORÍAS VEGETALES EN PROPORCIÓN A TODA LA INDUSTRIA DE LAS CONSERVAS ALIMENTICIAS

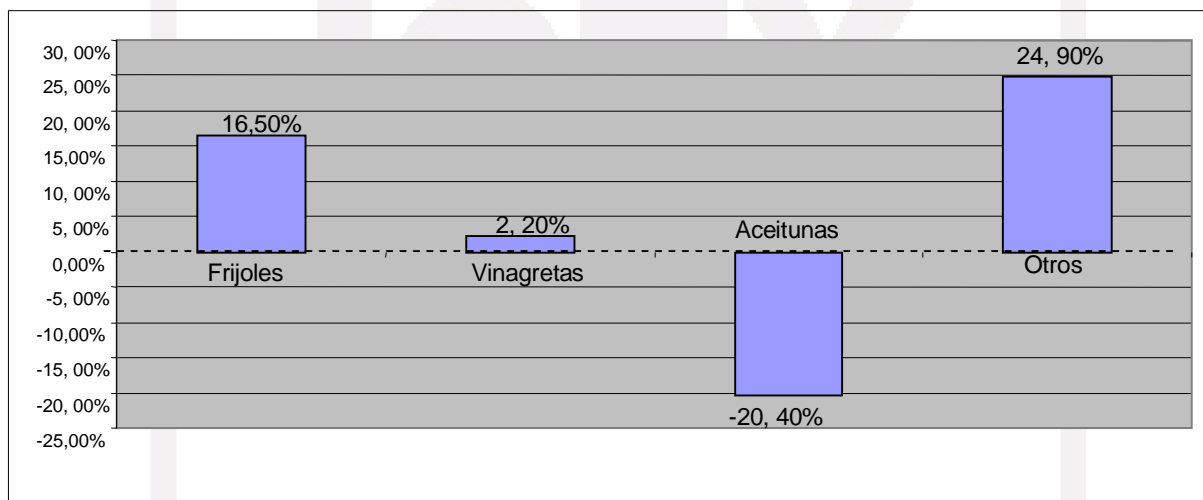


Fuente: Canainca

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Al analizar la evolución de las categorías que CANAINCA nos ofrece en la Gráfico 1, se presenta una situación dispar entre los frijoles, que aumentaron su porcentaje de manera favorable en el año 2005, y las aceitunas, cuya tendencia se inclina hacia abajo en cuanto a crecimiento se refiere, ya que este producto procede mayoritariamente de las importaciones, sobre todo, de las españolas.

GRÁFICO 2. CRECIMIENTO DE LAS VARIEDADES VEGETALES 2004-2005 (Valores Constantes)



Fuente: Canainca

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

2.2. Distribución geográfica de la industria

Esta industria se encuentra concentrada en pocos estados de la república mexicana.

La producción nacional se concentra básicamente en las zonas de la costa oeste de México y la Península de Yucatán.

De las unidades económicas que se dedican a la elaboración de conservas alimenticias, más de la mitad de éstas se concentran en la preparación y envasado de frutas y legumbres, y en la deshidratación de las mismas.

No obstante, el 51.3% de los establecimientos dedicados a la preparación y envasado de frutas, legumbres y hortalizas, se ubican en sólo 6 Estados del país:

- Baja California
- Baja California Sur
- Sinaloa
- Michoacán de Ocampo
- Guanajuato
- Yucatán

Destacan algunas otras regiones en industrias muy particulares como las congeladoras de hortalizas del Bajío; las seleccionadoras y empacadoras del sur de Sonora; en Delicias, Chihuahua, se encuentran instaladas importantes empresas productoras de salsas y chiles enlatados.

Entre las empresas más importantes de esta rama de actividad se encuentran Herdez, Conservas La Costeña, Great Value, Del Monte, Campbell's de México, Valle Redondo, Tomates Industrializados, Hongos de México, Champiñones El Encinal, Del Fuerte y Agroindustrias Deandar. Éstas destacan en un universo de casi 400 empresas, y la mayoría se ubican cerca de los principales centros productores hortícolas, principalmente de tomate, chile jalapeño, brócoli y verdura para congelar.

MÉXICO: DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA INDUSTRIA DE CONSERVAS ALIMENTICIAS



Fuente: Agroenlínea.com con datos de INEGI, Censo Económico

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

2.3. Obstáculos comerciales

En todos los productos alimenticios, la importación y la comercialización está sometida a una estricta legislación y deben cumplir las normas oficiales mexicanas de salud y etiquetado. Puede tener acceso a las mismas a través de la página Web: www.economia-noms.gob.mx. No obstante, estas normas generales para las conservas vegetales deben ser comprobadas con su agente aduanero, en el momento en que se desee realizar la importación para que la vigencia de los datos sea la óptima, puesto que existen diferencias dependiendo del producto en cuanto a normativa o aranceles. Así, además de fijarse en la normativa general, hay que asegurarse de si existen normas concretas para el producto a exportar a México.

Las autoridades mexicanas han aumentado la exigencia en cuanto al llenado de solicitudes, trámites y cumplimiento de requisitos para la importación. Es necesario que se revisen las cifras de mercancía (gramaje, grados), etiquetado, impuesto a pagar, factura, etc., para evitar cualquier contratiempo en la transacción.

Es necesario contactar a un agente aduanero con suficiente experiencia en el ramo y de preferencia especialista en el producto de interés, que facilite la importación de la mercancía, ya que éste contará con los conocimientos necesarios y recientes, tanto de tarifas arancelarias, como de costos y trámites actualizados y adecuados al producto en cuestión.

El agente aduanero proporcionará de manera específica los costos, procedimientos y papeles que tendrán que realizarse, tanto de manera administrativa como físicamente para el éxito en la importación de la mercancía.

2.3.1. Barreras no arancelarias

El marco legal mexicano es muy complejo y cambiante, y son muchos los requisitos y procedimientos a la hora de importar productos. Para las conservas vegetales, las principales barreras no arancelarias son las siguientes:

1. *Padrón de importadores y padrón sectorial.*

Toda persona física o jurídica que desee importar está obligada a inscribirse en el Padrón Nacional de Importadores de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), así como en el padrón sectorial propio del sector al cual pertenezca el producto. Este procedimiento es largo, pudiendo alargarse hasta más de un año.

2. *Certificados de origen EUR-1.*

Los productos procedentes de la UE deben ir acompañados por un certificado de origen EUR-1, expedido por las Aduanas Europeas. En ocasiones, son rechazados en las aduanas mexicanas por errores de formato. La cumplimentación de los mismos ha de extremarse al Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México DF.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

máximo, ya que un pequeño error de puntuación o similar puede suponer el estancamiento de la mercancía en la aduana.

En el caso de las exportaciones de la Unión Europea (UE) a México, existen dos formas alternativas de probar el origen de las mercancías:

- Obteniendo para cada embarque un certificado de circulación de mercancías EUR-1 que debe solicitarse expresamente y por escrito a la aduana española desde la cual se vaya a efectuar el envío.
- Solicitando en la Agencia de Administración Tributaria- Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales el “número de exportador autorizado” que se hará constar en las facturas que amparen los envíos.

3. Normas mexicanas (NOM).

Tienen carácter obligatorio y son adoptadas por la Secretaría de Economía. Todo producto de importación debe acreditar estar sujeto a dichas normas si así se requiere (www.economia-noms.gob.mx). El incumplimiento de una NOM es causa de sanciones. De acuerdo con la Ley Aduanera, las NOM son consideradas como restricciones no arancelarias que difieren de las cuotas compensatorias. Cuando se incumplen las NOM o no se puede comprobar su cumplimiento, se puede llegar a multar con el 70% o el 100% del valor comercial de las mercancías. Cuando se omitan o se asienten datos inexactos en relación con el cumplimiento de las NOM, la multa será del 2% al 10% del valor comercial de las mercancías.

La Normativa que se aplica al sector de las conservas vegetales es la siguiente:

- f NOM-006-FITO-1995, “Por la que se establecen los requisitos mínimos aplicables a situaciones generales que deberán cumplir los vegetales, sus productos y subproductos que se pretendan importar cuando estos no estén establecidos en una norma oficial específica”.

Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer los parámetros generales que deberán cumplir, para su importación, los vegetales, sus productos y subproductos comprendidos en una norma oficial, cuando los requisitos fitosanitarios correspondientes no estén señalados en una norma oficial específica de requisitos.

Es aplicable a aquellos productos comprendidos en la NOM y que requieren para su ingreso al país, del cumplimiento de requisitos fitosanitarios.

- f NOM-130-SSA1-1995, “Bienes y Servicios. Alimentos envasados en recipientes de cierre hermético y sometido a tratamiento térmico. Disposiciones y especificaciones sanitarias”. Esta Norma establece las disposiciones y especificaciones sanitarias que deben cumplir los alimentos envasados en recipientes de cierre hermético y sometido a tratamiento térmico, con excepción de los productos que cuenten con normas oficiales mexicanas específicas.

Esta NOM es de observancia obligatoria en el territorio nacional para las personas físicas o morales que se dedican a su proceso o importación.

- f NOM-051-SCFI-1994, “Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados”.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer la información comercial que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional y extranjera, así como determinar las características de dicha información.

Esta NOM es aplicable a todos los alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados de fabricación nacional y extranjera destinados a los consumidores en territorio nacional.

Es importante que el modelo de etiqueta se envíe previamente al importador para que verifique todos los datos y terminología que la Norma indica.

Es recomendable revisar las actualizaciones y las novedades en las normativas para comprobar si afectan a los productos que desean introducirse en el mercado.

4. *Certificaciones.*

Se han de analizar los productos en los laboratorios que establece el Sistema Nacional de Acreditación de Laboratorios, así como presentar la solicitud de certificación a la Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía.

Para mayor información sobre los laboratorios, acudir a La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, COFEPRIS (www.cofepris.gob.mx)

5. *Datos de identificación.*

La mayoría de las fracciones a las que pertenecen las conservas vegetales forman parte del Anexo 18 de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2006, publicadas en el D.O.F. de fecha 31/marzo/2006, con entrada en vigor a partir del 1/abril/2006 al 31/marzo/2007:

Anexo 18: Datos de identificación individual de las mercancías.

DESCRIPCION DE LA MERCANCIA

- a) Se deberá anotar la descripción de la mercancía (ejemplo: aceitunas, duraznos, cerezas, mermelada, jalea, puré, mostaza, jugo, atún, sardinas, hojuelas o copos de cereales, etc.).
- b) Marca del producto (ejemplo: Kellogg's, Nestlé, Quaker, Gigante Verde, Kraft, Smucker's, Hero, Darbo, Roland, Maille, etc.).
- c) Nombre comercial del producto (ejemplo: Corn Flakes, Frot Loops, duraznos, atún, etc.).
- d) Formas de conservación o preparación del producto (ejemplo: al natural, deshidratado, congelado, salado, seco, ahumado, homogeneizadas, etc.).
- e) Solución en que viene conservado (ejemplo: en vinagre o en ácido acético, en jaraibe, en alcohol, en aceite, al natural, en ácido ascórbico, en sorbato de potasio, etc.).
- f) En la medida que sea necesario, como es el caso de la fracción 2008.70.01 (duraznos), se indicará si se trata de productos enteros, en trozos, comprimidos, en mitades, pelados, rebanados, deshuesados. Asimismo, para la fracción 2005.70.01 (aceitunas),

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

se indicará si se trata de productos enteros, con hueso, deshuesados, rellenos, etc.

g) Presentación: (ejemplo: en latas, botellas, recipientes herméticamente cerrados, toneles, cubetas, caja, bolsa, celofán, polietileno u otros recipientes análogos).

h) Contenido neto por envase (gramos o litros por pieza).

i) Número de piezas por corrugado o embalaje (ejemplo: 12 botellas, 10 cajas, con 8 latas, con 6 bolsas, etc.).

j) Fecha de caducidad si ésta existe.

k) Anexar declaración del contenido de azúcar expresado en kilogramos, del total del producto

2.2.2 Barreras arancelarias

Aranceles

Desde el 1 de Julio de 2000 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México, en virtud del cual se han ido eliminando de forma gradual y recíproca los aranceles a la importación, como es el caso de las conservas vegetales, que ya están exentas del pago de arancel.

La entrada en vigor del Tratado, mejoró las condiciones de entrada de productos europeos en el país. Se estableció un calendario de desarme arancelario, estando previsto para el 2007 el desarme total.

Se trata, por tanto, de un Acuerdo que cubre prácticamente el 95% del comercio actual además de ser compatible con las disposiciones de la OMC, en particular con el artículo XXIV del GATT.

Impuesto sobre el Valor Agregado

En cuanto al IVA, por el momento los alimentos están exentos del pago de éste impuesto, según lo publicado en el Anexo 27 de las Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior para 2006, publicado en el D.O.F. de fecha 31/marzo/2006, con entrada en vigor a partir del 1/abril/2006 al 31/marzo/2007, que identifica las fracciones arancelarias por cuya importación no se está obligado al pago del IVA.

Además, España y México suscribieron el 24 de julio de 1992 un Convenio para evitar la doble imposición (BOE, 27-10-94).

2.4. Precios y marcas en el mercado

Respecto al nivel de precios, si bien puede haber diferencias entre los distintos supermercados, los productos pertenecientes al sector de las conservas vegetales, en general son asequibles para el consumidor (en el Anexo I se adjuntan las tablas correspondientes a los diferentes productos en las que se reflejan las distintas marcas que hay en el mercado, tipo de envase y peso, importador y precios promedios en pesos mexicanos).

Los principales productos en los lineales de los supermercados por orden de importancia son:

- 1º. Chiles en todas sus variedades. El chile es un producto básico de la gastronomía mexicana.
- 2º. Tomates preparados. Ocupan una gran extensión en los lineales de los supermercados.
- 3º. Frijoles. También son de gran tradición en México.
- 4º. Champiñones. Ingrediente muy común en la cocina mexicana, al igual que los siguientes.
- 5º. Maíz y guisantes
- 6º. Espárragos, aceitunas y pepinillos. Tienen menor protagonismo, y éste normalmente está copado por marcas españolas.

III. ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1. Canales de distribución

La distribución de alimentos en México es altamente fragmentada, combinando los sistemas tradicionales de distribución con los nuevos y sofisticados. Sólo unas cuantas compañías son las que poseen un control de la totalidad de su cadena de distribución. A pesar de que la estructura actual del sistema de distribución de alimentos en México se está volviendo cada vez más eficiente, todavía se apoya en múltiples intermediarios.

Los sistemas de distribución a nivel nacional son caros y para la mayoría de las compañías no son la mejor solución en el presente. Incluso los procesadores fuertes deben desarrollar relaciones con múltiples mayoristas regionales para asegurar una amplia cobertura y para crear y mantener la imagen de su producto.

Los **intermediarios** son muy importantes para la estrategia de distribución de productores o procesadores que venden sus productos en México. Sin embargo, con la concentración que se está dando en el sector detallista y el creciente poder de las cadenas de autoservicio, su poder está disminuyendo gradualmente.

Hay diferentes tipos de intermediarios en México, que destacamos por orden de importancia: A) Para el producto de importación los intermediarios son los importadores / distribuidores, que analizaremos más adelante. También hay que mencionar que los principales supermercados también importan directamente, aunque de forma exclusiva.

B) Para las conservas mexicanas encontramos dos tipos principales de intermediarios:

- *Mayoristas de productos específicos*

Los mayoristas juegan un papel crucial en la distribución de alimentos en México, pero este segmento se encuentra muy fragmentado, puesto que la mayoría de los mayoristas solamente distribuyen a nivel local o regional. Debido a la fragmentación que por naturaleza tienen los proveedores del sector restaurantero y detallista, las ventas de una compañía y su fuerza de distribución no pueden cubrir todos los puntos de venta que existen a nivel nacional.

Los márgenes típicos de los mayoristas, distribuidores e importadores varían entre el

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

20 y 30 por ciento. Estos márgenes junto con la creciente fuerza que están cobrando los detallistas hacen que cada vez más cadenas de autoservicio y tiendas importen directamente.

- *Grandes abarroteros, los otros mayoristas*

Los grandes abarroteros, son mayoristas cuya función primaria es llegar al sector más fragmentado del mercado: los abarrotes (tiendas de ultramarinos). La mayoría de los grandes abarroteros se encuentran ubicados en mercados finales: CEDA's (Centrales de Abastos), y distribuyen a abarrotes medianos, grandes y pequeños.

Existen buenas razones por las cuales solamente unas cuantas compañías cuentan con sus propios sistemas de distribución a nivel nacional: éstos son caros y para la mayoría de las compañías no son la mejor solución actualmente. Los mayoristas con una amplia cobertura y penetración a nivel nacional son escasos, incluso los procesadores fuertes deben establecer relaciones con múltiples mayoristas regionales para asegurar una amplia cobertura y para crear y mantener la imagen de su producto.

Por otro lado, el consumidor final encuentra las conservas vegetales en los siguientes puntos de venta:

1. *Cadenas de Autoservicios*

Los supermercados y los clubes están ganando rápidamente participación en el mercado. Los supermercados enfocados a los niveles socioeconómicos altos en México, son tan modernos como cualquiera de los existentes en Europa.

Muchas de las grandes cadenas importan ciertos productos directamente. Aunque originalmente muchas no lo hacían, poco a poco se han ido incorporando a esta actividad mediante sus departamentos de compras.

México cuenta con tres verdaderas cadenas de autoservicios: Wal-Mart de México, Comercial Mexicana y Gigante.

- f Wal-Mart de México o Wal-Mex (antes Cifra) opera doscientas setenta y dos tiendas de alimentos, doscientos cincuenta y tres restaurantes y cincuenta tiendas departamentales. Wal-Mart cuenta con puntos de venta en más de 50 ciudades en todo México.
- f Controladora Comercial Mexicana (CCM) tiene y opera aproximadamente ciento setenta tiendas y cincuenta restaurantes a lo largo del país. Aunque tiene presencia en la mayor parte de las ciudades, casi todas sus tiendas se encuentran en la Ciudad de México.
- f Grupo Gigante es la tercera cadena de autoservicios más grandes en México. Opera doscientas setenta tiendas en diecinueve Estados. El énfasis de la compañía está en el volumen y sus hiper-mercados ofrecen un amplio rango de productos no alimentarios y alimentarios. Los principales grupos meta son la clase media de menores ingresos. Las marcas importadas no son tan importantes en sus tiendas.

La organización Soriana ha pasado de ser una cadena regional a una multi-regional, casi nacional. Tiene más de cien hipermercados en cuarenta y tres ciudades. Sus hipermercados están enfocados principalmente a los consumidores que son sensibles al precio.

Otras cadenas con importancia a nivel regional son: Chedraui, Heb, Casa de Ley y Casa

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Chapa.

Actualmente, las grandes cadenas y cada vez más las cadenas regionales cuentan con sus propios centros de distribución donde los productos son entregados para posteriormente ser transportados a cada una de las tiendas.

En los casos en los que los autoservicios no cuentan con Centro de Distribución, los productos más populares son entregados tienda por tienda ya sea mediante los procesadores, distribuidores o importadores.

Las cadenas de supermercados esperan que los productores o importadores asuman las siguientes funciones:

- Pagar por las promociones en los puntos de venta
- Absorber los descuentos que son iniciados por los autoservicios
- Reemplazar los productos caducos o dañados
- Pagar, en algunos casos, por el espacio en anaquel
- Entregar los productos con frecuencia y hacer un seguimiento de los mismos en las tiendas

2. El sector detallista

Pocas compañías tienen una infraestructura de distribución que les permita llegar a todos los puntos de venta a nivel nacional.

Aproximadamente 90% de los alimentos llegan al consumidor mediante el sector detallista, el cual se puede dividir en dos sectores: cadenas (organizadas) o independientes (fragmentadas). El segmento organizado incluye los supermercados, las cadenas de almacenes de descuento y las tiendas de conveniencia. Distribuye aproximadamente, el 35% de todos los alimentos. El segmento independiente incluye las cadenas de autoservicio, que han ganado un poder significativo en años recientes y hoy representan aproximadamente el 35% del total de las ventas de alimentos; los mercados públicos, incluyendo las centrales de abasto y las tiendas gubernamentales suman un 25%; las tiendas de la esquina venden el 30% y el sector de restaurantes el 10% restante.

3. Clubes

Desde 1991, cierto número de clubes se han instalado en las ciudades más grandes de México con cierto éxito. Parece que se relacionan con las clases de ingresos altos, los cuales demandan y desean productos importados y pueden pagar por productos en grandes cantidades. Además, muchas tiendas pequeñas y restaurantes, las cuales suelen comprar sus mercancías en mercados locales o mediante pequeños distribuidores, ahora compran algunas de éstas para almacenar en este tipo de tiendas.

Los más importantes son: Costco (pertenece a Comercial Mexicana), Sam's (Wal Mart) y City Club (Soriana).

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

4. Tiendas de Especialidad

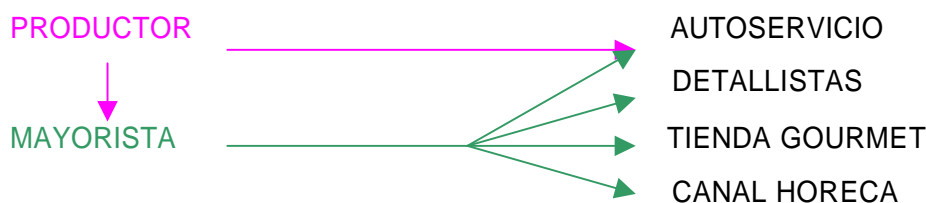
- Tiendas Gourmet
- Zonas Gourmet de las Tiendas Departamentales: Las cadenas de tiendas departamentales existentes en México son Liverpool, Palacio de Hierro, Suburbia y Sears. Tradicionalmente, este tipo de establecimientos no vendía alimentos; sin embargo, en los últimos años, las que se encuentran localizadas en zonas residenciales de las grandes ciudades han empezado a destinar pequeños espacios para productos gourmet y ciertos aperitivos. Las cadenas de tiendas departamentales que poseen tiendas con área gourmet son Liverpool y Palacio de Hierro. Se proveen tanto de productos nacionales como de importados. Las compras de productos importados son hechas a importadores y/o mediante importaciones directas.

1.2. Esquema de la distribución

El procedimiento habitual para importar conservas vegetales solía ser a través de **importadores** que se encargaban de la posterior distribución a los diferentes segmentos y canales, pero en los últimos cinco años, las principales cadenas de supermercados han empezado a importar ellos directamente sin pasar antes por la figura del importador. Últimamente, esta tendencia está cambiando hacia un sistema mixto, en el que la negociación y el pago se gestionan a través de la gran superficie, pero es el importador el que se encarga de la logística del producto. Será en cada caso concreto y dependerá de la negociación particular los términos de la importación.

En este aspecto, nos enfrentamos a un mercado en el que pese a la gran cantidad de público objetivo que engloba (México tiene una población que ronda los 106 millones de habitantes), son unos pocos importadores de producto español los que acaparan la gran mayoría del mercado.

A la hora de definir los **canales de distribución** en México, en el caso de las conservas mexicanas, mostramos un esquema común de distribución:



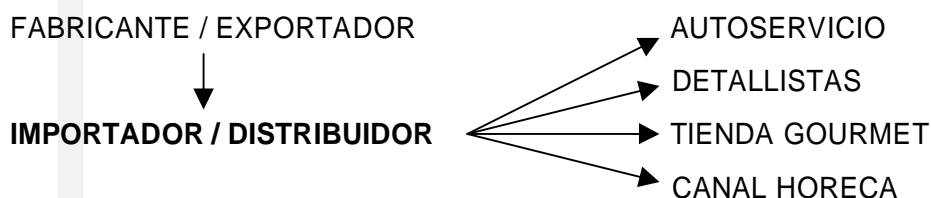
EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Para el producto de importación en general y para el español en concreto, destacamos por orden de importancia, cinco canales principales en los que la conserva vegetal española puede encontrar nicho de mercado:

1. A través del Importador / Distribuidor:

El primer eslabón de la cadena lo ocupa la figura del importador. Éste compra los productos directamente a las empresas españolas y los distribuye a los diferentes puntos de venta. Estos no importan directamente por dos razones:

- Para evitarse la complicación de los trámites correspondientes.
- Los exportadores españoles suelen tener sus propios importadores o representantes en México.

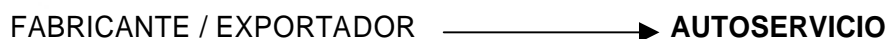


2. Autoservicio

Como hemos mencionado anteriormente, los supermercados y los clubes están ganando rápidamente participación en el mercado. Los supermercados enfocados a los niveles socioeconómicos altos en México, son tan modernos como cualquiera de los existentes en Estados Unidos, como se puede predecir, éstos son frecuentados por los grupos de consumidores con ingresos más altos.

Hay que mencionar la creciente tendencia de estas superficies a realizar la importación directamente cuando los productos tienen altos volúmenes de venta.

La ventaja de este canal es el volumen de ventas que puede llegar a conseguir dentro del autoservicio. El principal inconveniente es que importa exclusivamente para sus tiendas y no redistribuye a otros canales.



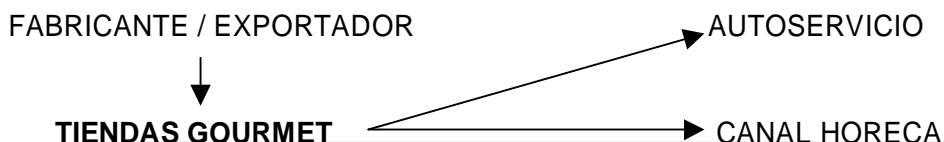
3. Tiendas Gourmet

En ellas se puede encontrar toda clase de productos gourmet tanto nacionales como importados. Algunas de estas tiendas importan directamente los productos que comercializan, y los distribuyen a su vez a otros canales de distribución (supermercados, canal HORECA). Las más destacadas son:

- Grupo La Europea

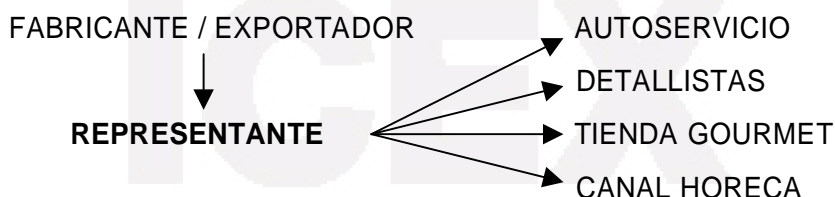
EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

- Vinos y Licores La Castellana
- La Criolla
- Viña Gourmet
- La Valenciana



4. Representante

La figura del representante de marca también es utilizada. En México no existe un colegio oficial de representantes, por lo que encontrar la persona adecuada no es fácil. Se necesita gran conocimiento del mercado a la hora de nombrar un representante que cumpla con las expectativas del exportador. La comisión por operación del representante, está en torno al 5%.



5. Otros: Tiendas Departamentales / Canal Horeca

- En el caso de las Tiendas Departamentales, están empezando a vender productos alimenticios de la categoría gourmet o para botanas. Como hemos comentado anteriormente, las compras de productos importados son hechas a importadores y/o mediante pequeñas importaciones realizadas de forma directa.
- El canal HORECA incluye hoteles, restaurantes y cafeterías. En el caso de las conservas vegetales, y en concreto de los pimientos, las aceitunas y los espárragos, los restaurantes y en menor medida los hoteles son los más importantes. Se trata de una vía de introducción del producto en los hábitos de consumo mexicanos, que prueban estos productos en un restaurante y puede que repitan, llegando a adaptarlos a una dieta. Las compañías enfocadas a la distribución en el sector hostelero son todavía un fenómeno relativamente pequeño. Los pocos especialistas existentes que distribuyen a este sector tienen su base en la Ciudad de México, donde se concentra aproximadamente el 50% de la actividad.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

1.3. Principales distribuidores

Los principales envasadores de la industria son:

- f La Costeña
- f Herdez (Mc Cormick)
- f Del Monte
- f Campbell's de México
- f Elías Pando

Principales importadores:

- f Elías Pando
- f Cesarfer (Jolca)
- f Fruterry (Fragata)
- f Comercial Hispana
- f La Europea (Colombres)

Los principales productores nacionales en el mercado de conservas vegetales se enfocan al mercado de las conservas **populares** y son:

- f Conservas La Costeña: Empresa mexicana dedicada a la elaboración, envasado, comercialización y distribución de conservas alimenticias animales, frutales y vegetales. Dentro de los productos que maneja se encuentran: Pimientos picantes en escabeche, alubias, mayonesas, frutas en almíbar, diversos vegetales en conserva, mermeladas, etc. Todos sus productos son comercializados bajo su propio nombre: Conservas La Costeña.
- f Grupo Herdez: Empresa mexicana productora de jugos, mermeladas, mayonesas, salsas, aderezos y conservas frutales y vegetales. Sus principales marcas son: McCormick (mermeladas) y Herdez (fruta enlatada, jugos, néctares, y verduras). Cuenta con doce plantas procesadoras, ocho centros de distribución y diecisiete bodegas en México. Esto les da una clara ventaja en cuanto a cobertura nacional. Importan aceituna española y la comercializan con marca propia (Búfalo).
- f Conservas San Miguel: Procesadora y maquiladora mexicana de conservas frutales y vegetales. Desde 1994 maquila las marcas: Haddon House, Rolland, Reese, Master Choice, Goya y María; sin embargo, también comercializa bajo la marca San Miguel las conservas frutales y vegetales que produce.

Entre los principales importadores de conservas de frutales y vegetales **premium** destacan:

- f Elías Pando: Empresa con más de setenta y cinco años en el mercado Mexicano, importa diversos productos alimenticios entre los que se encuentran las conservas frutales y vegetales. Las marcas de conservas de frutas y vegetales que maneja son Calmex, El Llorón y también bajo su propia marca: Pando.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

- f Cesarfer: Es una empresa que inició operaciones en México en 1988. Cuenta con tres bodegas desde las cuales distribuye a los diferentes Estados de la República Mexicana. Dentro de su portafolio de marcas, cuenta con la marca Cidacos dedicada exclusivamente a las conservas frutales y vegetales importadas de España.
- f Fruterry: Forma parte de Grupo Abascal, el cual está formado por tres importadoras: Cantabria, Fruterry e Industrial Agrícola Carredana. Industrial Agrícola Carredana importa frutas y vegetales para ser procesados en las propias plantas de Fruterry. Los productos son comercializados bajo su marca: Fruterry. Dentro de las conservas vegetales populares y premium que manejan se encuentran las alcaparras, cebollitas cambray, corazones de alcachofas, pimientos morrones, pepinillos en vinagre, garbanzos, lentejas y alubias.
- f Comercial Hispana: Pertenece a un grupo que comprende tres compañías que abarcan casi toda la cadena de distribución de alimentos y bebidas. Estas tres empresas son: Comercial Hispana, European Food Trading (EFT) y Exclusivas Centralizadas. El 80% de los productos alimenticios que maneja (entre los que se encuentran las conservas vegetales) son comercializados bajo la marca Antigua. Cuentan con sus propios almacenes y camiones para distribuir sus productos (ya sean secos, refrigerados o congelados). Comercial Hispana promueve sus productos mediante degustaciones en los puntos de venta. Los clubes y autoservicios representan el 80% de sus ventas mientras que el resto (20%) va hacia tiendas de especialidad y restaurantes.
- f La Europea: Fundada en 1883 y dedicada a la venta de vinos, licores y ultramarinos finos. En sus inicios fue una pequeña tienda especializada en vinos y licores y alimentos gourmet tanto nacionales como importados. Posee veintisiete tiendas en toda la República, y también es compañía importadora (Colombres). Identificada básicamente como especialista en el ramo, La Europea distribuye tanto a minoristas como a mayoristas, sirviendo a hoteles, restaurantes, bares y empresas de prestigio en el área, ofreciendo el más amplio repertorio de productos en el país.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Estrategias de canal

Los puntos de venta donde son vendidas las conservas frutales *populares* son las tiendas de abarrotes y las cadenas de supermercados. Los puntos de venta donde son vendidas las conservas *premium* son los supermercados, las tiendas de especialidad y las departamentales. Ejemplos de las conservas vegetales premium que se comercializan a través de supermercados, tiendas de especialidad y departamentales son: espárragos, aceitunas, palmitos, pimientos de piquillo, castañas, etc.

Existen otros autoservicios, como es el caso de Superama, o tiendas departamentales como el Palacio de Hierro o Liverpool dirigidos a un público de nivel socioeconómico alto. Es aquí donde la conserva española adquiere gran protagonismo, hasta el punto de que hay la misma o más cantidad de conservas importadas que de nacionales. En estos puntos de venta, encontramos varias marcas españolas ofertando gran variedad de productos.

Otros puntos de venta que se presentan como vitrinas importantes de las conservas españolas premium son los hoteles y los restaurantes.

Las conservas de verduras importadas tienen principalmente tres orígenes: Perú, España y Chile. La aduana por la que estos productos ingresan a territorio Mexicano varían dependiendo del país de origen. Así las conservas de frutas y verdura que vienen de Europa entran por la aduana de Veracruz, mientras que las provenientes de Sudamérica lo hacen por la aduana de Manzanillo.

Cabe señalar que algunos importadores de fruta o vegetales frescos, los procesan en México y venden las conservas bajo su propia marca. Algunos de estos importadores son: Industrias Pando, Importaciones Colombres y Fruterry.

Algunos importadores y distribuidores de conservas vegetales utilizan márgenes de utilidad que van del 25% al 30%. Sin embargo, los restaurantes utilizan márgenes de utilidad mucho más elevados, puesto que el valor agregado de servicio permite un alza considerable en su utilidad. Pueden operar con márgenes en rangos del 100 al 200%.

2.2. Condiciones de acceso

Procedimientos y normas comerciales

f Padrón General de Importadores

Los exportadores de alimentos y bebidas deberán constatar que las compañías que importarán sus productos a México están inscritas en el Padrón General de Importadores de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). El Padrón General de Importadores es una lista que ha generado la SHCP mediante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) con el objetivo de obtener y generar la información estadística que le permita identificar quien es el importador, qué mercancías está importando, qué cantidad y el país de origen del producto.

f Agente Aduanero

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

El agente aduanero es la persona física autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías en los diferentes regímenes aduaneros. Son los representantes legales del importador una vez recibida la carta de encomienda firmada por el importador. Los agentes aduanero es son los únicos que pueden llevar a cabo los trámites y todas las actuaciones y notificaciones que se deriven del despacho aduanero de las mercancías.

El agente aduanero es el responsable de la veracidad y exactitud de los datos e información suministrados, de la determinación del régimen aduanero de las mercancías (importación definitiva, temporal, depósito fiscal, etc) y de su correcta clasificación arancelaria, así como del cumplimiento de las demás obligaciones que en materia de regulaciones y restricciones no arancelarias rijan para dichas mercancías, de conformidad con lo previsto por la Ley Aduanera y por las demás leyes y disposiciones aplicables.

f Pedimento de Importación

Es el documento que emite el agente aduanero como representante de un importador para presentarlo ante las autoridades aduaneras al momento que quiere realizar una importación.

f Pago de contribuciones

Posteriormente es necesario pagar las contribuciones por concepto de importación de cada fracción arancelaria. Desde el 1 de Enero de 2003, la base sobre la que se calculan los impuestos para los productos originarios de la UE es el precio FOB de la mercancía.

f Restricciones no arancelarias

Además del pago de las contribuciones, se debe de cumplir con las restricciones no arancelarias. Éstas son emitidas ya sea por la Secretaría de Economía o de forma conjunta con las demás dependencias federales como SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación), y SSA (Secretaría de Salud), principalmente.

2.3. Condiciones de suministro

En México, al igual que en la mayoría de los países, existe una mayor exigencia de las grandes superficies, en cuanto a condiciones de provisión, precio, plazo de pagos...

El pago de las importaciones se realiza siempre con un plazo mínimo de 60 días desde la salida de la mercancía, debido a que éste es el tiempo que se tarda en recibirla. Lo más común es el pago a 90 días y en ocasiones, como ocurre con las grandes superficies, se paga a 120 días.

El instrumento ideal con como medio de pago para las primeras operaciones es la carta de crédito irrevocable y confirmada en banco de preferencia del exportador. También se utiliza con mucha frecuencia la remesa documentaria. Bien es cierto, que cada importador y operación es diferente y no siempre es posible acordar estos términos en la negociación.

Muchas grandes superficies trabajan con cartas a la vista, y con el incoterm FOB. Además tienen sus propias navieras contratadas, que vienen cargadas de Asia y consolidan en España.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Para las empresas que trabajan habitualmente con el mercado mexicano, el sistema más comúnmente utilizado es la transferencia bancaria en el plazo acordado.

2.4. Promoción y publicidad

Es posible, y dependiendo del canal en que se posicionen los productos, que la empresa importadora exija al exportador al menos un 5% en gastos para publicidad. Otras veces es un 10% a pagar a medias entre la empresa española y el importador.

Las marcas con gran presencia en las grandes superficies suelen hacer campañas de promoción de cara a promover el consumo de sus productos, cubriendo ellas mismas el coste de los promotores. Normalmente las superficies dan libertad a los fabricantes que quieren introducir sus productos en el mercado, para que contraten y hagan campañas dentro de sus centros. Los expertos coinciden en que la mejor promoción es la vigilancia y propaganda en el mismo establecimiento, a través de agencias locales subcontratadas.

Otra alternativa que cada vez está más en uso, es la de bajar el precio de un determinado producto de manera temporal y así probar si el volumen de venta aumenta. En caso afirmativo se pone su precio normal y se continúa con las ventas. Si bajando el precio no hay aumento consumo, el producto se retira del stand.

2.5. Tendencias de la distribución

En entrevista con expertos del sector, nos indican que la distribución dependerá en gran medida del tipo de producto del que hablemos.

Así, en el caso de las categorías más *populares* de conservas vegetales, y por tanto, las que más volumen de venta generan, debido a su gran demanda y elevada rotación, hay una tendencia a que la importación y distribución sea hecha directamente por las grandes superficies. En esta categoría están las aceitunas, de las que se pueden hacer pedidos a España (principal proveedor de aceitunas) de hasta 30 contenedores anuales.

En los casos de conservas del tipo *gourmet* (normalmente, las provenientes de la importación) de menor demanda, se adquieren a través de la figura del importador / distribuidor nacional, ya que estos productos tienen unos nichos muy concretos y realizar la importación directamente no resulta productivo. Además, hay que añadir que los productores siempre exigen unos mínimos de pedido que en el caso de las conservas premium, muchas veces no se pueden cubrir directamente por la gran superficie, por lo que en estos casos se acude a un distribuidor.

IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

1.1. Factores sociodemográficos

México, a finales del año 2005 tenía una población de 105,9 millones de habitantes, con una tasa de crecimiento del 1,8%. Alrededor del 75,3 % de la población se centra en zonas urbanas; Una quinta parte de la población vive en la ciudad de México. Se calcula que para el 2010 la población llegará a 113 millones de personas, fecha para cual se espera que el 79% de la población esté concentrada en zonas urbanas.

Las **familias** constituyen el grupo más importante de consumidores de México, representando el 78% de la población. Existen pocas personas que viven solas (ya sean áreas rurales o grandes ciudades) y estos individuos no suman más del 6% de la población. El resto está formado por estudiantes y parejas. Algunos hogares pueden tener hasta tres generaciones (nietos, padres, abuelos) viviendo juntos.

Dado el gran tamaño de los hogares y el promedio relativamente bajo de ingreso, el ingreso disponible tiende a ser escaso. Las familias mexicanas tienen un promedio de tres hijos y un poder de compra por hogar de 15.000 USD anuales. Aunque muchas familias ganan aún menos que la cifra referida.

Los **jóvenes y solteros** mexicanos forman un grupo único. Aunque puede ser que no vivan solos o no tomen las decisiones de compra en el hogar, la mayor parte de su ingreso disponible lo gastan en ocio / objetivos sociales. Con sus necesidades básicas de habitación y alimentación satisfechas, este grupo de consumidores es capaz de comprar bienes más caros y otros artículos que en otras condiciones no podrían hacer.

Este grupo está influido grandemente por los medios de comunicación; son el grupo meta de los mercadólogos que promueven sus productos a través de los medios de comunicación ya sean televisión, música, videos, películas y revistas.

Según la Secretaria de Turismo, cada año llegan más turistas a tierras mexicanas, superando actualmente los 20 millones, los cuales gastan por encima de los 7.000 USD en comidas y bebidas. Es por ello que el número de restaurantes que se dedican al sector turismo ha crecido sustancialmente en los últimos años.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

1.2. Factores económicos

En la siguiente Tabla podemos ver los datos más significativos de la economía mexicana:

TABLA 20. PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE MÉXICO

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
CRECIMIENTO PIB % real	- 4,8	3,7	6,9	- 0,3	0,9	1,3	4,4	3
EXPORTACIONES (MDD)	117.459	136.391	166.455	158.443	160.763	164.766	187.999	213.994
IMPORTACIONES (MDD)	125.373	141.975	174.458	168.396	168.679	170.546	196.810	221.414
SALDO BALANZA COMERCIAL(MDD)	- 7.913	- 5.584	- 8.003	- 9.954	- 7.916	- 5.779	- 8.811	- 7.558
IED (MDD)	8.238	13.153	16.404	26.537	13.626	12.751	17.910	17.804
DÉFICIT CUENTA CORRIENTE (MDD)	- 15.800	- 14.013	- 18.159	- 18.008	- 14.058	9.150	- 8.712	- 5.708
TASA DE DESEMPLEO (%)	3,16	2,50	2,20	2,42	2,70	3,41	3,92	3,58
INFLACIÓN (%)	18,61	12,32	8,96	4,40	5,70	3,98	5,19	3,33
TIPOS DE INTERÉS (CETES) (%)	24,80	23,60	15,26	11,31	7,18	6,20	6,80	9,19
DÉFICIT PÚBLICO (% DEL PIB)	1,24	1,15	1,10	0,73	1,20	0,62	0,25	0,09
RENTA PER CÁPITA	4.200	-	-	-	-	-	-	7.450

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI, SHCP y Banxico

Datos generales comparativos México-España:

MÉXICO

- f Octava potencia exportadora de la OMC tomando toda la UE como un bloque, y decimo-tercera en el ranking general por países.
- f Según estimaciones del FMI, economía nº 13 en 2005 y PIB 715.000 MILL USD.
- f Renta per. cápita: 7,4 miles de dólares.
- f Comercio Exterior de bienes 2005:
X: 213.994 millones de dólares

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

M: 221.414 millones de dólares

$X+M/PIB^* = 56,1\%$

f Población: 106 millones (estimación 2005)

f Extensión: 1,96 millones de Km²

ESPAÑA

f Decimocuarta potencia exportadora en el ranking general por países de la OMC.

f Según estimaciones del FIM, economía nº 8 en 2005 y PIB 1.120.000 MILL USD.

f Renta per. cápita: 18,2 miles de dólares.

f Comercio Exterior de bienes 2005:

X: 192.498 millones de dólares

M: 289.801 millones de dólares

$X+M/PIB = 44\% **$

Población: 44 millones (2005. Fuente: INE)

Extensión: 0,5 millones de Km²

A continuación analizamos algunos puntos fuertes y débiles de la economía mexicana:

- **Puntos fuertes:**

- México se ha convertido en una potencia industrial debido a su ingreso en el TLCAN, Tratado de libre Comercio de América del Norte.
- En los últimos años, la estabilidad macroeconómica ha sido buena.
- El ejercicio de control sobre las deudas, tanto interna como externa, junto con una balanza comercial moderada, ha atraído a la inversión extranjera.
- Con un sector bancario consolidado desde la crisis económica de los años 1994 y 1995, el país ha sido mucho menos vulnerable a las crisis financieras.

- **Puntos débiles:**

- La excesiva concentración de sus exportaciones a EE.UU.
- El problema de competitividad en lo que a comercio se refiere, principalmente, por la competencia de China.
- Las cuentas públicas han dependido excesivamente de los ingresos del petróleo.
- La complicada situación política ha impedido el progreso de algunas reformas estructurales esenciales como mejoras en el sistema fiscal, energía, reformas laborales, etc.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

- Debido a la falta de inversión y mano de obra cualificada, no ha sido posible que se lleven a cabo esfuerzos encaminados a una mayor especialización productiva.

México es un mercado prioritario para España por las siguientes razones:

- f* Por su tamaño e importancia en la zona: Decimocuarta economía del mundo y primera en Ibero América, con un PIB de 715.000 M \$ y renta por habitante de 6.751 \$ en 2004.
- f* Por su dinamismo: Crecimiento del 4% en 2004 y previsiones no inferiores al 3,8% en 2005. Importante potencial de crecimiento a medio plazo (7%) si se realizan las reformas estructurales previstas
- f* Por su apertura al exterior: México es una economía abierta: Grado de apertura del 56%. Primera potencia comercial de Ibero América y 13ª en el mundo. Puerta de entrada en mercado NAFTA (EE.UU. y Canadá). Forma parte de numerosos Acuerdos de Libre Comercio, doce en total, que facilitan acceso preferencial a 43 países.

1.3. Distribución de la renta disponible

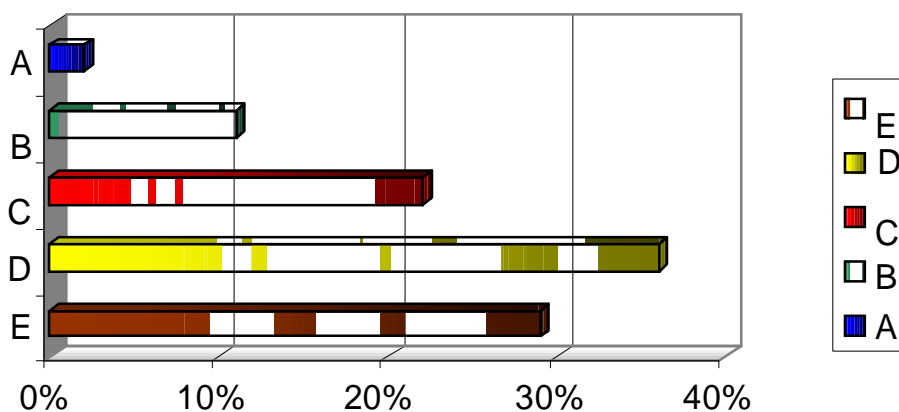
De acuerdo con la Strategic Research Corporation, los 20 millones de hogares existentes aproximadamente en México, pueden ser divididos en 5 niveles socio-económicos:

- *Hogares de ingresos altos (A)*: Este grupo representa casi el 2% del total de los hogares. Las cabezas de estos hogares son generalmente propietarios de negocios grandes o medianos, gerentes corporativos, directores o profesionales graduados.
- *Hogares de ingresos medios a altos (B)*: Este negocio incluye a los propietarios de negocios pequeños, profesionales y funcionarios públicos. El nivel de educación es, mínimo, de secundaria, aunque la mayoría cuenta con título profesional. Este grupo representa el 11% de los hogares mexicanos.
- *Hogares con ingresos medios (C)*: Este grupo se conoce también como la naciente clase media. Está compuesta por dueños de pequeños negocios y trabajadores preparados por lo menos en grado de primaria. Representan el 22% de los hogares.
- *Hogares con ingresos bajos (D)*: Esos hogares se caracterizan por estar formados por aquellas personas que realizan oficios que no requieren conocimientos previos como chóferes, mensajeros, criadas o veladores. La mayoría de este grupo no cuenta con una educación básica completa y trabaja en el sector informal del país. Este grupo representa el 36% de los hogares mexicanos.
- *Hogares en situación de pobreza extrema (E)*: El restante 29% de los hogares mexicanos pertenece a este nivel socio-económico. Incluye a los desempleados y aquellos que son generalmente incluidos en los programas de asistencia social.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

GRÁFICO 3

Distribución de los hogares mexicanos por nivel socio-económico



Aunque México está englobado dentro del grupo de países emergentes, podemos comprobar como está a la cabeza de estos países, tal y como muestran los datos de la Tabla 21:

TABLA 21. DATOS ECONÓMICOS

Indicadores	México	Media de países emergentes
PNB per capita (PPP dollars)	8.980	4.300
PNB per capita	6.230	1.280
Índice de desarrollo humano	0,814	0,697
Porcentaje de los ingresos nacionales del 10% más rico	43,1	33
Porcentaje de población urbana	75	43
Porcentaje de población menor de 15 años	32,3	31
Número de teléfonos por cada mil habitantes	158	112
Número de ordenadores por cada mil habitantes	82	28

Fuente: Trading safely

1.4. Tendencias sociopolíticas

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos del 5 de febrero de 1917, establece que México es una República Representativa, Democrática y Federal, constituida por 31 Estados y un Distrito Federal, unidos en una Federación, pero libres y soberanos en su régimen interno.

El poder legislativo reside en el Congreso de la Unión integrado por la Cámara de Diputados (www.camaradediputados.gob.mx) y por el Senado (www.senado.gob.mx). La Cámara de Diputados está constituida por quinientos diputados de los que trescientos son elegidos por mayoría relativa y doscientos por el principio de representación proporcional mediante el sistema de listas regionales votadas en cinco circunscripciones plurinominales de cuarenta escaños cada una y se renueva cada tres años. El Senado, por su parte, está compuesto por ciento veintiocho senadores, noventa y seis son elegidos por mayoría relativa y 32 son elegidos por el principio de representación proporcional, mediante el sistema de listas votadas en una sola circunscripción plurinomial nacional, y se renueva cada seis años.

Los tres grandes partidos del escenario político mexicano son el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido de Acción Nacional (PAN) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD).

El poder ejecutivo reside en el Presidente de la República y su Gabinete. En diciembre de 2000 accedió a la presidencia de la República por un período de 6 años el Sr. Vicente Fox Quesada, primer presidente del Partido de Acción Nacional (PAN), tras más de setenta años de hegemonía del PRI.

El 2 de julio de 2006 se celebraron elecciones presidenciales y se renovaron también ambas Cámaras del Congreso. El ganador de la contienda electoral fue el Sr. Felipe Calderón Hinojosa, del PAN, quien tomará posesión como presidente de México el 1 de Diciembre de 2006, por un período de 6 años.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

2.1. Hábitos de consumo

Aunque muchos mexicanos carecen de conocimiento acerca de nutrición y no están interesados en la salud, la tradicional dieta de México no es baja en productos naturales y nutritivos. Esto se debe a que se consumen muchos productos frescos, lo cual es parte importante de la dieta mexicana (arroz, alubias y maíz) son los más baratos. También porque se basa en alimentos ricos en proteínas (además de legumbres) como lo son la carne y el pollo que son relativamente caros, su consumo es mucho menor en México que en la mayoría de las naciones occidentales.

Hay que señalar que se ha registrado un gran crecimiento de los platos preparados, hecho explicable por el aumento de la incorporación de la mujer al trabajo, lo que lleva a una reducción de tiempo disponible para cocinar que obliga a consumir productos ya cocinados que ahorren trabajo y tiempo de preparación a unos padres más ocupados.

Asimismo, la creciente preocupación de un sector de la población por las dietas equilibradas, han llevado a sustituir el consumo de ciertos tipos de comidas rápidas no tan saludables por los vegetales ya preparados para las ensaladas, cuyo consumo también se va incrementando con el tiempo.

Así, el ritmo de vida de las grandes ciudades, la progresiva incorporación de la mujer a la vida laboral y la preocupación por una alimentación cada vez más sana, han provocado un incremento en el consumo de platos preparados y con ellos, de vegetales en conserva, esto es, de ingredientes ya listos para ser integrados en la comida (tomate, guisantes, maíz...).

Es por todo ello que encontramos un importante nicho de mercado para las conservas vegetales.

2.2. Hábitos de compra

En el caso de las conservas vegetales, debemos hacer una distinción para estudiar los hábitos de compra, y por tanto, de consumo.

Aquellas categorías más populares y de amplia producción mexicana, como el tomate o los champiñones, se consumen de manera habitual, en la cocina diaria.

Las categorías premium se toman como “botanas” o aperitivos, y sólo por clases más adineradas. Es el caso de los espárragos y las aceitunas que proceden de la importación y que por tanto, son productos más caros. Algunos de ellos tienen épocas de más ventas, como es la navideña, y éste es el caso de los pimientos, que ven aumentadas sus ventas en tales fechas.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El sector agroalimentario es uno de los más activos en cuanto al comercio bilateral entre España y México. En la actualidad, los productos alimentarios españoles están ampliamente introducidos en todos los canales de distribución de la cadena alimentaria (grandes supermercados, tiendas departamentales, tiendas especializadas y canal horeca-hoteles, restaurantes y cafeterías). Son productos conocidos y reconocidos, que gozan de buena fama entre el público objetivo que nos interesa (clase media, media-alta y alta).

En este marco general de buen posicionamiento del producto alimentario español en México, el plan de actuaciones de mercado del sector agroalimentario en México se debería centrar fundamentalmente en los alimentos transformados dado que por cuestiones tanto logísticas como fitosanitarias, es un mercado que presenta fuertes restricciones para la entrada de productos frescos.

Los productos españoles, son considerados en México como productos de calidad y generalmente se encuentran en la sección gourmet de los diferentes centros de consumo

La situación general del sector del Gourmet en México, es de un claro crecimiento. Se estima que el mercado de este tipo de productos en el país alcanza un valor de 20 millones de USD anuales incluyendo productos tan diversos como:

- Conservas de lujo
- Productos ecológicos
- Especias
- Mermeladas
- Aceites de Oliva
- Quesos
- Embutidos enlatados.

Estos productos se venden generalmente en tiendas especializadas, en las zonas “delicatessen” de las tiendas departamentales (Liverpool y Palacio de Hierro) y en las grandes cadenas de supermercados que suelen tener una zona dedicada a productos delicatessen (Wal-Mart, Comercial Mexicana y Soriana entre otros).

Este tipo de productos gourmet suelen ser en buena medida importados y suelen pertenecer a la gama alta, por lo tanto el nicho de mercado al que van dirigidos es el segmento de población de ingresos altos (un 10% de los habitantes aproximadamente).

V ■ ANEXOS

1. PRECIOS Y MARCAS EN EL MERCADO

TABLA 22. MAÍZ

MARCA	CONTENIDO NETO (Gr.)	IMPORTADOR	PRECIO PROMEDIO EN SUPERMERCADOS (PESOS MEXICANOS)
LA COSTEÑA	220	Producto mexicano	
LA COSTEÑA	410	Producto mexicano	9,5
DEL FUERTE	215	Producto mexicano	5,56
DEL FUERTE	230	Producto mexicano	8,69
HERDEZ	200	Producto mexicano	4,97
HERDEZ	400	Producto mexicano	8,97
CLEMENTE JACKES	220	Producto mexicano	5,77
CLEMENTE JACKES	410	Producto mexicano	9,3
CAMPOSOL	220		5,5
CAMPOSOL	400		9,3
DEL MONTE	220		6,99

TABLA 23. ACEITUNAS

MARCA	PRODUCTO	CONT. NETO (Gr.)	IMPORTADOR	PRECIO PROMEDIO EN SUPERMERCADOS (PESOS MEXICANOS)
MITOLIVA	A. rellenas de chile jalapeño en lata	300	IBERMIR	15,7
MITOLIVA	A. rellenas de chile habanero en lata	300	IBERMIR	15,7
MITOLIVA	A. verdes rebanadas en lata	3100	IBERMIR	79

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

MITOLIVA	A. rellenas de pimiento en bolsa	200	IBERMIR	7,8
MITOLIVA	A. con hueso en bolsa	190	IBERMIR	8,25
EL SERPIS	A. manzanilla rellena de anchoa en lata	350	MERCANTIL CUAUTILÁN	20,64
EL SERPIS	A. negra sin hueso en lata	350	MERCANTIL CUAUTILÁN	21,23
EL SERPIS	Tapeo mediterráneo	350	MERCANTIL CUAUTILÁN	21,9
JOLCA	A. manzanilla sin hueso en bolsa	180	CESARFER	6,1
JOLCA	A. rellenas de pimiento en bolsa	190	CESARFER	7,5
JOLCA	A. manzanilla con hueso en bolsa	200	CESARFER	7,15
JOLCA	A. rellenas de pimiento en lata	300	CESARFER	16,5
JOLCA	A. rellenas de chile jalapeño en lata	300	CESARFER	16,5
JOLCA	A. rellenas de atún en lata	300	CESARFER	15,5
JOLCA	A. rellenas de anchoa en lata	300	CESARFER	14,8
JOLCA	A. rellenas de queso azul en lata	300	CESARFER	14,75
JOLCA	A. rellenas de jamón en lata	300	CESARFER	13,9
JOLCA	A. cacereña negra con hueso en lata	350	CESARFER	19,25
JOLCA	A. gordal entera en lata	350	CESARFER	28,5
JOLCA	A. rellena de pimiento	350	CESARFER	28,5
LOS ACEITUNEROS	Surtido de variantes en vinagre (Cristal)	350	AMEUROP	28,2
LOS ACEITUNEROS	Surtido de aceitunas pepinillos y cebollitas en vinagre (Cristal)	350	AMEUROP	29,84
LOS ACEITUNEROS	A. verdes rellenas de anchoa en lata	300	AMEUROP	27,8
LOS ACEITUNEROS	A. cacereñas negras en lata	300	AMEUROP	27,8

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

LOS ACEITUNEROS	A. manzanilla rellenas de pimiento en lata	345	AMEUROP	45,38
LOS ACEITUNEROS	A. gordal con pepinillo en lata	345	AMEUROP	45,38
LUPY	A. manzanilla con hueso (Cristal)	950	IBERMIR	40,89
ORO VERDE	A. rellenas de queso en lata	350	IBERMIR	15,5
ORO VERDE	A. rellenas de pimiento en lata	350	IBERMIR	15,5
ORO VERDE	A. cortesanas en lata	350	IBERMIR	15,5
ORO VERDE	A. rellenas de ajo en lata	350	IBERMIR	15,5
ORO VERDE	A. rellenas de limón en lata	350	IBERMIR	15,5
ORO VERDE	A. rellenas de guindilla en lata	350	IBERMIR	15,5
FRAGATA	A. rellenas de anchoa en lata	200	INDUSTRIA AGRÍCOLA CARREDANA	10
FRAGATA	A. en bolsa	200	LOZANO MAGAÑA	7,8
CAMPOMAR NATURE (ECOLÓGICAS)	A. arbequina sabor natural en lata	350	IBERMIR	31,4
CAMPOMAR NATURE (ECOLÓGICAS)	A. manzanilla con ajo y orégano en lata	350	IBERMIR	32,4
CAMPOMAR NATURE (ECOLÓGICAS)	A. gordal con ajo, limón y tomillo en lata	350	IBERMIR	32,4
CAMPOMAR NATURE (ECOLÓGICAS)	A. verdal partida con especias en lata	350	IBERMIR	32,9
CAMPOMAR NATURE (ECOLÓGICAS)	A. verdal con pimiento y ajo	350	IBERMIR	32,9
CAMPOMAR NATURE (ECOLÓGICAS)	A. negra de Aragón	350	IBERMIR	34,8

Nota: En esta tabla se han incluido los Pepinos y Pepinillos (mezclas y variantes en vinagre).

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

TABLA 24. PIMIENTOS

MARCA	PRODUCTO	CONT. NETO (Gr.)	IMPORTADOR	PRECIO PROMEDIO EN SUPERMERCADOS (PESOS MEXICANOS)
IBSA	P. asados en aceite de oliva (Cristal)	285	AMEUROP	72,38
EL SERPIS	P. morrón asado en lata	185	MERCANTIL DE CUAUTILÁN	No disponible
CAMPO AMOR	P. morrón entero en lata	390	CESARFER	22,3
CIDACOS	P. del piquillo en trozos y condimentado (Cristal)	285	CESARFER	63,1
CIDACOS	P. del piquillo enteros en lata	185	CESARFER	37,4
CIDACOS	P. entero relleno de bacalao en lata	225	CESARFER	59,4
MAMÍA	P. del piquillo enteros rellenos de setas en salsa de hongos en bandeja especial para microondas			69
MAMÍA	P. del piquillo enteros rellenos de salmón en bandeja especial para microondas			69
HUERTA BERCIANA DEL FUERTE HERDEZ	P. asados	220	AMEUROP	74,95
	P. morrón en tiras	215	Producto mexicano	13,8
	P. en tiras	185	Producto mexicano	13,6

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

TABLA 25. CHAMPIÑONES

MARCA	PRODUCTO	CONT. NETO (Gr.)	IMPORTADOR	PRECIO PROMEDIO EN SUPERMERCADOS (PESOS MEXICANOS)
HERDEZ	Hongos (champiñones) rebanados	800	Producto de México	31,72
HERDEZ	Hongos (champiñones) en trocitos	186	Producto de México	7,05
HERDEZ	Hongos (champiñones) en trocitos	380	Producto de México	13,5
HERDEZ	Hongos (champiñones) en escabeche -lata-	186	Producto de México	9,56
HERDEZ	Hongos (champiñones) en escabeche -lata-	380	Producto de México	17,57
HERDEZ	Hongos (champiñones) en escabeche -lata-	800	Producto de México	31,95
HERDEZ	Hongos (champiñones) enteros	186	Producto de México	9,56
HERDEZ	Hongos (champiñones) enteros	380	Producto de México	17,27
HERDEZ	Hongos (champiñones) rebanados	186	Producto de México	8,93
HERDEZ	Hongos (champiñones) rebanados	380	Producto de México	15,48
HERDEZ	Hongos (champiñones) rebanados	800	Producto de México	31,72
DEL FUERTE	Hongos (champiñones) rebanados en brik		Producto de México	18,13
MONTE BLANCO	Hongos (champiñones) en escabeche -lata-	186		7,02
MONTE BLANCO	Hongos (champiñones) en escabeche -lata-	280		18,4
MONTE BLANCO	Hongos (champiñones) enteros -lata-	186		9,5

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

TABLA 26. ESPÁRRAGOS

MARCA	PRODUCTO	CONT. NETO (Gr.)	IMPORTADOR	PRECIO PROMEDIO EN SUPERMERCADOS (PESOS MEXICANOS)
Cidacos	Espárragos (Cristal)	540	CESARFER	91,5
San Lázaro (Producto de China)	Espárragos (Cristal)	205	MERCANTIL CUAUTITLÁN	25,7
San Lázaro (Producto de China)	Espárragos (Cristal)	330	MERCANTIL CUAUTITLÁN	26,3
La Pasiega	Espárragos (Cristal)			41,5
Fruterry	Espárragos (Cristal)			35,9
San Miguel	Espárragos (Cristal)			60,2

TABLA 27. TOMATE

MARCA	PRODUCTO	CONT. NETO (Gr.)	IMPORTADOR	PRECIO PROMEDIO EN SUPERMERCADOS (PESOS MEXICANOS)
LA COSTEÑA	Puré de tomate en bote	220	Producto mexicano	3,9
LA COSTEÑA	Puré de tomate en bote	800	Producto mexicano	12
LA COSTEÑA	Puré de tomate en brik	210	Producto mexicano	3,05
LA COSTEÑA	Puré de tomate en brik	350	Producto mexicano	6,2
LA COSTEÑA	Tomate frito en brik	350	Producto mexicano	7,5
LA COSTEÑA	Tomate pelado machacado en brik	350	Producto mexicano	8,3
LA COSTEÑA	Caldillo de tomate verde "Doña Chonita"	350	Producto mexicano	6,8
DEL FUERTE	Puré de tomate en brik	210	Producto mexicano	2,9
DEL FUERTE	Puré de tomate en brik	1000	Producto mexicano	10,9
DEL MONTE	Puré de tomate en brik	210	Producto mexicano elaborado por CONAGRA FOODS México	2,7
CHEDRAUI	Tomatillo entero pelado en lata	380	Producto mexicano	9,5

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

CHEDRAUI	Tomatillo entero pelado en lata	737	Producto mexicano	15,9
KNORR (UNILEVER DE MÉXICO) KNORR	Caldillo de tomate rojo en brik	250	Producto mexicano	4,4
(UNILEVER DE MÉXICO) IBSA (INDUSTRIAS DEL BIERZO S.A.)	Caldillo de tomate rojo en brik	500	Producto mexicano	7,45
AS DEL BIERZO S.A.)	Sofrito de tomate en cristal	350	AMEUROP	30,16
IBSA (INDUSTRIAS DEL BIERZO S.A.)	Sofrito de tomate en cristal	440	AMEUROP	35,01
HUNT'S E.U.A.	Salsa de tomate en lata	751	Producto mexicano elaborado por CONAGRA FOODS México	16,2
TOMATISSIMO IBSA (INDUSTRIAS DEL BIERZO)	Salsa de tomate casera	350	AMEUROP	29,28

Nota: El tomate rojo se denomina en México "jitomate". El verde se denomina "tomate".

TABLA 28. GUISANTES

MARCA	PRODUCTO	CONT. NETO (Gr.)	IMPORTADOR	PRECIO PROMEDIO EN SUPERMERCADOS (PESOS MEXICANOS)
LA COSTEÑA	Chícharos (guisantes) en lata	220	Producto mexicano	3,5
LA COSTEÑA	Chícharos (guisantes) en lata	420	Producto mexicano	5,7
LA COSTEÑA	Chícharos (guisantes) con zanahoria en lata	220	Producto mexicano	4,67

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

LA COSTEÑA	Chícharos (guisantes) con zanahoria en lata	420	Producto mexicano	8,4
LA COSTEÑA	Ensalada	220	Producto mexicano	4,75
LA COSTEÑA	Ensalada	410	Producto mexicano	7,95
DEL FUERTE	Chícharos (guisantes) en lata	225	Producto mexicano	3,75
DEL FUERTE	Chícharos (guisantes) en lata	160	Producto mexicano	3
DEL FUERTE	Chícharos (guisantes) con zanahoria en lata	225	Producto mexicano	4,5
HERDEZ	Chícharos (guisantes) en lata	225	Producto mexicano	4,25
HERDEZ	Chícharos (guisantes) con zanahoria en lata	225	Producto mexicano	4,51
HERDEZ	Chícharos (guisantes) con zanahoria en lata	400	Producto mexicano	6,85
CAMPOSO L	Chícharos (guisantes) en lata	220		5,9
CAMPOSO L	Chícharos (guisantes) con zanahoria en lata	420		7,9
CAMPOSO L	Chícharos (guisantes) con zanahoria en lata	225	Producto mexicano	4,5
DEL MONTE	Chícharos (guisantes) con zanahoria en lata	400		8,8
CLEMENTE JACKES	Chícharos (guisantes) con zanahoria en lata	225		4,45

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

TABLA 29. FRIJOLES

MARCA	PRODUCTO	CONT. NETO (Gr.)	IMPORTADOR	PRECIO PROMEDIO EN SUPERMERCADOS (PESOS MEXICANOS)
CIDACOS	Alubias extra	570	CESARFER	22,05
LA SIERRA (ELABORADO POR SABORMEX)	Frijoles bayos refritos con chile chipotle	430	Producto mexi- cano	9,5
LA SIERRA (ELABORADO POR SABORMEX)	Frijoles ne- gros molidos	430	Producto mexi- cano	6,95
LA SIERRA (ELABORADO POR SABORMEX)	Frijoles refri- tos negros	430	Producto mexi- cano	7,9
LA SIERRA (ELABORADO POR SABORMEX)	Frijoles refri- tos negros	580	Producto mexi- cano	8,75
LA SIERRA (ELABORADO POR SABORMEX)	Frijoles bayos refritos	430	Producto mexi- cano	6,48
LA SIERRA (ELABORADO POR SABORMEX)	Frijoles bayos refritos	580	Producto mexi- cano	8,75
CHEDRAUI	Frijoles bayos refritos	445	Producto mexi- cano	5,9
LA COSTEÑA	Frijoles bayos refritos	400	Producto mexi- cano	6,3
LA COSTEÑA	Frijoles bayos refritos	820	Producto mexi- cano	11,95
LA COSTEÑA	Frijoles ne- gros refritos	400	Producto mexi- cano	6,3
LA COSTEÑA	Frijoles ne- gros refritos	400	Producto mexi- cano	11,95
LA COSTEÑA	Frijoles cha- rros	560	Producto mexi- cano	7,8
LA COSTEÑA	Frijoles bayos enteros	560	Producto mexi- cano	6,3
LA COSTEÑA	Frijoles ne- gros enteros	560	Producto mexi- cano	6,3

2. PROMOCIÓN DE LA ACEITUNA DE MESA ESPAÑOLA EN MÉXICO

El Instituto Español de Comercio Exterior junto con la Asociación de Exportadores e Industriales de Aceitunas de Mesa (ASEMESA), y con la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA), han acordado la realización de una campaña de promoción de la aceituna de mesa en México, para Diciembre del 2006 y para los años 2007 y 2008.

Esto se debe a que, a pesar de que España ocupa una sólida posición de liderazgo en los principales mercados de la aceituna de mesa, existe una preocupación general en el sector por la progresiva aparición de producto de países como Argentina, Marruecos o Turquía que empiezan a ganar cuota de mercado.

Se considera fundamental aprovechar la asociación “aceitunas-España” que de forma natural está ya creada en los principales mercados en los que la denominación aceitunas españolas constituye una propia categoría.

Basándose en dicha denominación, los objetivos de la promoción serán:

- Consolidar la categoría Aceitunas Españolas o Aceitunas de España que parece estar creada de una manera natural en el mercado, por el liderazgo comercial de España ejercido durante muchos años.
- Acotar la competencia de aceitunas de otros orígenes (no españolas).
- Incrementar el consumo de aceituna de mesa española.

Elementos de diferenciación:

- España es el primer productor mundial.
- Es el primer exportador mundial.
- Cuenta con una industria moderna y eficaz y con tecnología de elaboración propia.
- Producto saludable y con valores nutritivos, con multitud de aplicaciones culinarias.
- Seguridad alimentaria (Trazabilidad).

3. FERIAS DEL SECTOR

- ALIMENTARIA 2006

Última fecha de celebración: Del 6 al 8 de Junio de 2006

Edición: Sexta

Frecuencia: Anual

Lugar de celebración: Centro Banamex (antes Centro de Exposiciones y Convenciones Las Américas).

Director / Organizador: Alimentaria Exhibitions (Fira de Barcelona and Reed Exhibitions Joint Venture) E.J. Krause de México.

Dirección: Avda. Insurgentes Sur, 664, piso 4. Colonia del Valle. 03100 México D.F.

Web: www.ejkrause.com.mx

Tel: (00 52) (55) 55 23 84 26

Fax: (00 52) (55) 55 23 82 76

www.alimentaria-mexico.com

Carácter: Profesional.

Tipo de visitantes: Todos aquellos compradores, principalmente de la República Mexicana, Estados Unidos, Canadá, Centro América y Sudamérica, que son o forman parte de:

- f Distribuidores: Cadenas de Supermercados; Mayoristas Generales y Especializados; Importadores Generales y Especializados; Cadenas de Autoservicio; Cadenas de Tiendas de Conveniencia; Grandes Almacenes; Tiendas de Gobierno y del Sector Público; Detallistas Especializados; Exportadores.
- f Restaurantes y servicios de comida: Cadenas de restaurantes, restaurantes independientes y/o hoteles; Empresas de comida para llevar; Empresas de banquetes y catering; Bares / Cantinas / Centros Nocturnos y cafeterías escolar y universitaria; Comedores Industriales; Preparación de Comidas para Avión; Servicios de Alimentos en Hospital e instituciones.

Fecha de la próxima edición: Del 5 al 7 de Junio de 2007

- EXPO ANTAD 2007

Fecha de próxima celebración: marzo 2007

Lugar: Expo Guadalajara Centro de Exposiciones.

E-mail: puranga@antad.org.mx

Web: www.antad.org.mx

Tel.: en México: (00 52) (55) 55 80 17 72 Tel: en Guadalajara: (33) 31214577 / 33 31215437

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

E-mail: ggonzalez@antad.org.mx

Contacto: Gerardo González Guzmán. Subdirector de Convenciones.

Evento de Alimentos y Tecnología Comercial que promueve el desarrollo del comercio detallista y de sus proveedores. Orientada a conservas, dulces, etc.

- ABASTUR

Fecha de próxima celebración: Octubre 2007

Lugar: Centro Banamex o Centro de Exposiciones y Convenciones de Las Américas.

Web: www.remex-cie.com

Telf.: 55 52 68 2000

E-mail: vverni@remex-cie.com

Contacto: Vicente Verni.

Es la exposición Internacional de la Industria Hotelera, Restaurantera y de la Hospitalidad más importante en su género en México y en América Latina. ABASTUR REST HOTEL (Alimentos, bebidas y suministros para hoteles y restaurantes de México y el Caribe) ofrece la oportunidad de acercarse y hacer negocio con más de 18,000 visitantes.

- EXPORESTAURANTES

Fecha de última celebración: 5, 6 Y 7 de julio de 2006

Lugar: World Trade Center Ciudad de México

La Angostura No. 86, Col. Irrigación, C.P. 11500, México, D.F.

Telf. y Fax: 5557 - 7734 con diez líneas

E-mail: info@comunicacionintegral.com.mx

Evento organizado por la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados de América Latina, en el cual se presenta una diversa gama de opciones en materia prima, alimentos frescos, congelados, foodservice, vinos y licores, bebidas no alcohólicas, mobiliario, ambientación, equipo para restaurantes, bares y discotecas, servicios para restaurantes, entre otros.

- EXPOALIMENTOS 2007

Fecha de próxima celebración: Septiembre de 2008

Exposición Internacional del ramo Alimenticio y Bebidas para los Sectores de Productos terminados, Materias Primas y Envasados

Lugar: Monterrey - México - Predio: CINTERMEX

Frecuencia: Bianaual

4. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

Hay que advertir la frecuente movilidad de los mexicanos en los puestos de trabajo, por lo que es muy común que las personas encargadas de cada área cambien con frecuencia. Es por ello que la actualización de los listados se hace cada dos meses y los datos que se dan a continuación pueden quedar desfasados en breve.

4.1. Listado de Importadores, Distribuidores y Representantes de Alimentación en México

AGRO INDUSTRIAL EXPORTADORA

Frente a la Estación del Ferrocarril s/n. Tlajomulco

45640 Tlajomulco. Estado de Jalisco

Tel.: (00 52) (33) 37 98 02 35 / 37 98 02 75

Fax: (00 52) (33) 37 98 00 95

Personas de contacto: Dir. General: Ricardo Alcalá Luna

Dir. Comercial: Juan Agustín Díaz

Nota: Compra, procesamiento y comercialización de frutas y verduras procesadas.

BODEGAS LA NEGRITA

Lago Hielmar 65. Col. Pensil Sur. 11490 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 52 50 48 55 / 16 11/ 40 37 / 42 18

Fax: (00 52) (55) 52 03 99 92

Persona de contacto: Gregorio Sánchez (Director General)

Sergio Salazar (Importaciones)

Eduardo Rodríguez García (Director General)

E mail: gsanchez@lanegrita.com / erodriguez@lanegrita.com / ssalazar@lanegrita.com

Web: www.lanegrita.com

Nota: Importan y representan. Vinos, aceite de oliva, productos gourmet. Conservas vegetales y de frutas, alcaparra, aceituna, espárrago, pepinillo.

CESARFER, SA DE CV

Av. Gavilán 151 int. Local 9-A. Col. Guadalupe del Moral. 09300 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 56 86 62 31/ 64 00/ 05 41/ 11 86

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Fax: (00 52) (55) 56 85 17 48

Persona de contacto: César Fernández (Director General y Gerente de Compras)

Lic. Francisco Fernández (Gerente de Ventas)

E mail: cesarfer@cesarfer.com / ffg@cesarfer.com

Web: www.cesarfer.com

Nota: Importan y distribuyen vino y productos de alimentación en general (productos gourmet, aceitunas, conservas vegetales, aceite de oliva, vinagre, platos preparados como la fabada, especias, ColaCao, embutidos enlatados, sidra,...etc.).

COMERCIAL DE ABARROTOS LORETO, S.A. DE C.V.

Aeronáutica Militar. Delegación Venustiano Carranza

15970 México D.F.

Telf.: (00 52) (55) 5764 3907/ 5768 9596

Fax: (00 52) (55) 5768 9596

Personas de Contacto: Alfredo Pizarro (Gerente de Ventas),

Lic. Luis Emilio Palacios (Director Comercial)

E-mail: buzon@vinosfinos.com.mx / pizarro@vinosfinos.com.mx

Web: www.vinosfinos.com.mx

Nota: Como productos españoles tienen vinos, brandies, aceite de oliva, vinagre y aceitunas.

COMERCIAL HISPANA SRL

Avda. Toluca, 373 Bodega L. Colonia Olivar de los Padres.

01780 México D.F.

Telf.: (00 52) (55) 56 81 23 90/ 50 09

Fax: (00 52) (55) 56 81 23 90

Personas de contacto: Lic. Rafael Olarra (Director General y Gerente de Compras)

Lic. Marco Antonio Hernández (Director Comercial)

Lic. M^a Elena Díaz (Importaciones)

E-mail: hispana@data.net.mx / logistica@comercialhispana.com

Web: www.comercialhispana.com

Nota: Importan, distribuyen y representan vinos y alimentos en general y gourmet, todos de origen español, (conservas de pescado, arroz, pimiento, tomate, salmón, jamón, pavo, queso, dulces, tortilla española, aceituna, pimientos, lentejas, aceite de oliva, conservas vegetales).

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

DELICATESSEN INTERNACIONAL, SA DE CV

Lago Aullagas 140. Col. Ignacio Manuel Altamirano, Delegación Miguel Hidalgo.

11240 México DF

Tel.: (00 52) (55) 55 27 24 12

Fax: (00 52) (55) 55 27 68 32

Persona De Contacto: Salomón Amiga (Gerente)

E-mail: delicatessen@prodigy.net.mx

Nota: Importadores y distribuidores de productos gourmet (aperitivos, aceitunas, conservas vegetales, elotito tierno).

ELÍAS PANDO (antes BODEGAS SANTO TOMÁS)

Lerdo 323. Col. San Simón Tolnahuac

06920 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 55 83 78 66, 55 82 06 66

Fax: (00 52) (55) 55 83 34 79, 55 83 35 35

Persona de contacto: Alejandro Peña (Gerente de compras)

Ing. Jesús Díez (Gerente de vinos)

Mariano Ybarra

E-mail: codipe@hotmail.com / mic160967@yahoo.com.mx

Nota: Importan y distribuyen chocolate, aceite, conservas y vino.

ENLACE COMERCIAL INTERNACIONAL, SA DE CV

2ª Cerrada de Olivo 17. Colonia Florida

01030 México D.F.

Tel. 00 52 55 56 61 51 26

Fax: 00 52 55 56 61 00 47

Contacto: Lic. Marta Gloria Ledesma Féret (Gerente de Exportaciones)

E-mail: ltejadaj@prodigy.net.mx

Nota: Importadores, distribuidores y comercializadores de productos alimenticios en general.

ENLACE MERCANTIL, SA DE CV

Manzanillo 123, desp. 105. Colonia Roma Sur

06760 México D.F.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Tel. (00 52) (55) 55 84 41 65 / 55 74 33 17

Fax: (00 52) (55) 55 74 27 60

Contacto: Carlos Eduardo Jiménez López (Director General)

E-mail: enlaceme@prodigy.net.mx

Nota: importan y representan encurtidos, conservas de pescados y vegetales, azafrán y pimentón, aceite de oliva, aceitunas, semillas, canela.

FERRER Y ASOCIADOS, S.A. de C.V.

Laguna de Términos 66-A. Col. Anahuac.

11320 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 52 03 66 11/ 84 65/ 67 07/ 91 62

Fax: (00 52) (55) 52 03 88 66

Persona de contacto: Richard Clair (Director Comercial)

E-mail: richard@ferrer.com.mx

Web: www.ferrer.com.mx

Nota: Importan y distribuyen vinos de mesa, aceite de oliva y algunos productos gourmet.

FRUTERRY, SA DE CV

Cazuela 28 B (Enfrente de la Central De Abastos). Col. Ejidos del Moral, Delegación Iztapalapa

09040, México, D.F.

Tel: (00 52) (55) 5600 4141

Fax: (00 52) (55) 5600 4041

Persona de contacto: Manuel Hermo Otero (Director)- pasiega1@prodigy.net.mx

Luis E. García (Ventas)

E-mail: frumarcas@yahoo.com.mx / fruterry1@yahoo.com.mx

Nota: Importan y comercializan vinos de Rioja, Ribera del Duero, Navarra, productos gourmet, conservas vegetales (alcachofas y pepinillos) y aceite de oliva.

GRANOS Y SEMILLAS DE MÉXICO, SA DE CV

Calle 2, núm. 16 y 20. Central de Abastos.

CP 09040 México D.F.

Tel. (00 52) (55) 56 94 63 66

Fax: (00 52) (55) 56 94 01 03

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Contacto: Luis Ramón Fernández (Director)

E mail: gysmex@prodigy.net.mx

Nota: Importan y distribuyen frutos secos y conservas vegetales, aceitunas, duraznos en almíbar, aceite de oliva y turrón solamente en navidad.

GRUPO AGROINDUSTRIAL SAN MIGUEL, SPR DE RL

Constituyente Cándido Avilés 37. Colonia Memetla

05330 México D.F.

Tel. (00 52) (55) 58 12 64 64

Fax: (00 52) (55) 58 12 53 70

Personas de Contacto: Lic. Patricio Madrazo Placeres (Director de Ventas)

Juan Hernández Callejas (Gerente de Ventas)

E-mail: pmadrazo@snmiquel.com / jhernandez@snmiquel.com

Web: www.snmiquel.com

Nota: Distribuyen a toda la República legumbres y hortalizas frescas y en conserva (palmitos, espárragos, pimientos, alcachofa, ensalada mediterránea).

GRUPO CORVI, SA DE CV (ORGANIZACION SAHUAYO)

Pico de Tolima 29. Colonia Jardines de la Montana.

14210 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 56 28 51 00 / 56 45 15 81

Fax: (00 52) (55) 56 28 51 51

Personas de Contacto: Benjamín Villaseñor (Presidente)

Lic. José Luis Hernández de la Mora (Director de comercialización)

Ramiro Gago (Director de Compras)

E-mail: gago_r@gcorvi.com.mx / villaseñor@infosel.com.mx

Web: www.grupocorvi.com.mx

Nota: Distribución de conservas vegetales y de frutas, platos preparados, conservas de pescado, confitería, chocolates, abarros.

GRUPO FERROSO, SA DE CV

M. Cervantes Saavedra 394-18. Col. Irrigación, Delegación Miguel Hidalgo

11500 México DF

Tel: (00 52) (55) 53 30 09 85

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Fax. (00 52) (55) 55 80 55 80

Persona de contacto: Ing. Pedro Sordo (Director general)

E-mail: ventasferroso@super-boom.com

Web: www.super-boom.com

Nota: Comercializadora de juguete aunque también aceite de oliva y algunos productos gourmet. Están pensando en ampliar su gama de productos.

GRUPO MERCADOLÓGICO ANAHUAC, SA DE CV (GRUMASA)

Mar Egeo 189. Col. Popotla.

11400 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 53 96 1575/ 5396 1678

Fax: (00 52) (55) 53 41 57 59

Persona de contacto: Lic. Rogelio Orozco Parga (Gerente General)

E-mail: rogelioorozco@grumasa.com / elbebedor@grumasa.com

Web: www.grumasa.com

Nota: Distribuyen vinos y licores. Distribuyen varios vinos de Rioja, entre otros y en ocasiones muy puntuales han importado aceite de oliva, conservas vegetales (alubias) y productos gourmet (quesos, tés)

CAMPO OLIVA

Blvd. Adolfo López Mateos 81, Col. Santiago Tepalcapa.

54769 Cuautitlán Izcalli. Estado de México

Teléfono: (00 52) (55) 58 93 12 44 al 46

Fax: (00 52) (55) 58 93 14 05

Persona de contacto: Fernando Sánchez

E-mail: campoliva@hotmail.com

Nota: Importan y distribuyen vinos, aceitunas y puntualmente importan aceite de oliva.

GRUPO TRICO, S.A. de C.V.

Av. Revolución No. 1145, Col. Mixcoacán

03910 MEXICO D.F.

Tel: (00 52) (55) 30 95 15 00

Fax: (00 52) (55) 30 95 14 14

Persona de contacto: Marco Antonio Torres Moreno (Gerente de Compras e Importaciones)

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

E-mail: matorres@trico.com.mx

Web: <http://www.trico.com.mx>

Nota: Importan y distribuyen vinos y licores, productos gourmet (queso), conservas vegetales (aceitunas verdes), conservas de pescado y marisco, pan, pasteles, embutidos, aceite de oliva.

HONGOS RIOXAL, S.A. DE C.V.

San Ildefonso, 37. Col. Ejidos de Huipulco, Delegación Tlalpán
14380 México D.F.

Tel. (00 52) (55) 5671 63 54 Ext. 210 / 214

Fax (00 52) (55) 5673 33 65, Ext. 214

Persona de contacto: Lic. Eduardo Sucarráts (Director General).

E-mail: cococosa@prodigy.net.mx

Nota: Importan y distribuyen conservas vegetales (alcachofa, pimientos, espárragos, aceituna), conservas vegetales (duraznos en almíbar) azafrán.

IMPORTACIONES CANTABRIA (INDUSTRIA AGRÍCOLA CARREDANA)

Cazuela 28-A, zona norte, Central de Abastos. Col. Ejidos del Moral.
09040 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 56 94 90 94 / 66 94 / 66 34

Fax: (00 52) (55) 56 94 91 54

Persona de contacto: Ramón Posada (Encargado de Compras)

E-mail: pasmarc@prodigy.net.mx

Nota: Importan y distribuyen turrone, vinos, conservas, galletas. Países de los que importa: España, Francia, Dinamarca, Grecia, Canadá, Chile, Sudáfrica, Noruega y Reino Unido. Venden a autoservicios.

IMPORTACIONES PORTALES (BOU IMPORT-EXPORT)

Alhambra 726. Colonia Portales
03300 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 56 09 04 11

Fax: (00 52) (55) 55 32 66 81

Persona de contacto: Alberto Bou

Joaquín Zapién Reyes

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

E-mail: vtasforaneas@terra.com.mx

Nota: Importan y representan principalmente quesos de toda Europa. Pero están interesados también en conservas.

INTERNATIONAL TRADE GROUP (ITG) (ALIMENTOS EUROPEOS)

Tejas, 100. Colonia Nápoles

03810 México D.F.

Tel: (00 52) (55) 55 43 99 33

Fax: (00 52) (55) 55 23 72 20

Persona de contacto: Ing. Luis Fernando Matute (Director general) en México contactar con Lic. Teresa Flores (Representante legal)

E-mail: itg@quesojamon.com

Web: www.alimentoseuropeos.com

Nota: Importador- distribuidor de productos de alimentación de España: Quesos (manchego, azules, jamón bellotero, pimientos y aceitunas)

LA DIVINA (VINOS LICORES NAUCALPAN, S.A. DE C.V.)

Tenayuca, 69. Colonia Ind. San Nicolás Tlaxcoapan. Tlalnepantla

54030 Estado de México

Tel: (00 52) (55) 53 66 25 00

Fax: (00 52) (55) 53 66 25 11

Persona de contacto: Ana Laura Ruanova (Importaciones)

E-mail: aruanova@ladivina.com.mx

Web: www.ladivina.com.mx

Nota: Conjunto de tiendas distribuidas en el DF y algunos otros estados de México que venden vinos y licores y productos gourmet (aceite de oliva, aceitunas, alcaparras, conservas, espárragos, corazones de alcachofa...)

LA EUROPEA

Rodolfo Gaona #86, Col Lomas de Sotelo

11200, México D.F

Tel.: (00 52) (55) 52 90 62 20 / 21 / 22

Fax: (00 52) (55) 53 95 93 93

Persona de contacto: Fernando Gómez (Director de Importaciones)

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

E-mail: fgomez@laeuropea.com.mx

Web: www.laeuropea.com.mx

Nota: Importan y representan vinos, alimentos y bebidas en general.

IMPORTACIONES COLOBRES, S.A. DE C.V.

Nueva Santo Domingo, 130-B. Fraccionamiento Industrial San Antonio.

Azcapotzalco

02760 México DF

Tel: 00 52 55 5561 6966, 5561 7602

Fax: 00 52 55 5561 6797

Nota: es la importadora de La Europea

LA PUERTA DEL SOL (COVIMEX Y PODA, SA DE CV)

Alhambra 506. Col. Portales.

03300 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 55 32 15 52 / 31 71 / 16 19

Fax: (00 52) (55) 55 32 43 44

Persona de contacto: Avelino Soberón (Gerente)

E-mail: puertsol@prodigy.net.mx

Web: www.lapuertadelsol.com.mx

Nota: Importan y representan. Los productos que manejan son conservas vegetales (pepini-
llo, col agria), productos gourmet (conservas de mariscos), aceite de oliva, y vino.

LOZANO MAGAÑA, SA DE CV

Paseo de la Reforma 300, despacho 301. Col. Juárez

06600 México D.F.

Tel.: (00 52) (55) 55 25 37 37

Fax: (00 52) (55) 55 25 35 38

Persona de contacto: Javier Lozano (Gerente General)

E-mail: lozanom@solar.sar.net

Web: www.lozanom.com.mx

Nota: Importan aceite de oliva, granos y semillas, conservas (aceitunas, vegetales, de pes-
cado, alcaparras...), azafrán, galletas, turrónes.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

MARINDUSTRIAS

Hamburgo No. 241. Colonia Juárez

06600 México D.F.

Tel: (00 52) (55) 52 08 72 58 / 11 02 04 80

Fax: (00 52) (55) 52 08 77 05

Persona de Contacto: Lic. Jorge Luis Llopes González (Director de Comercialización)

E-mail: jlopez@grupomar.com

Web: www.grupomar.com

Nota: Importan y distribuyen pescados congelados y enlatados, productos gourmet (angulas y atún blanco). Marcas: Tuny y Nicolasa.

PASANI, S.A. de C.V.

Campeche 280, Int 504. Colonia Hipódromo Condesa. Delegación Cuauhtemoc

06100 México, D.F.

Tel: (00 52) (55) 55 85 77 73 / 61

Fax: (00 52) (55) 55 84 07 67 / 07 35

Persona de contacto: Pilar Patiño

Elodie Montagnol

E-mail: emontagnol@pasani.net / ppatiño@pasani.net

Web: www.pasani.net

Nota: Importadora de alimentos y bebidas. Les interesan las conservas españolas.

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

4.2. Listado de Grandes Superficies de Alimentación en México

CASA CHAPA

Av. Munich No. 195 – M. Col. Cuauhtemoc
66450 San Nicolás De Los Garza, Nuevo León.

Tel. (00 52) (81) 81 30 69 00 (Conmutador) Fax:

(00 52) (81) 83 71 71 71

Persona de contacto: Ing. René Garza Garza (Gerente de Compras)

Javier Almaguer (Gerente de Finanzas)

E-mail: rgarza@casachapa.com.mx / jalmaguer@casachapa.com.mx

Web: www.casachapa.com.mx

Nota: Gran superficie (19 Supermercados) en el Norte y Noroeste de México. Comercializa abarrotes, limpiadores, comestibles, entre ellos aceite de olivo.

CASA LEY SA DE CV

Montes Urales 635. Col. Lomas de Chapultepec.

11000 México D.F.

Tel. (00 52) (55) 52 02 02 56 / 29 47

Fax: (00 52) (55) 52 02 05 01

Personas de contacto: Juan Alberto Flores (Director Comercial)

Lic. Agustín Gaytán (Gerente y representante en el D.F.)

E mail: jaflores.dircom@casaley.com.mx

Web: www.casaley.com.mx

Nota: Gran superficie (80 establecimientos: megamercados, hipermercados y supermercados). Es la competencia de Soriana en el norte del país.

COMERCIAL MEXICANA

Avda. Adolfo López Mateos 201. Col. Santa Cruz Acatlán. Naucalpan de Juárez.

C.P. 53140. Estado de México

Tel: (00 52) (55) 52709466 / 5270 9479 /52709456 / 52709574

Fax: (00 52) (55)5 371 7591

Personas de contacto: Sr. Miguel Galatea (Director General de Compras)

Ing. Federico Ortiz González (Director de abarrotes)

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Lic. Francisco Hernández (Gerente Compras Abarrotes).

E-mail: fortiz@mail.comerci.com.mx / fhernand@mail.comerci.com.mx

Web: www.comerciamexicana.com.mx

Nota: Perteneciente al grupo Controladora Comercial Mexicana (CCM). Gran superficie (62 establecimientos bajo la marca Comercial Mexicana, 19 SUMESA, 41 MEGA y 32 Bodegas Comercial Mexicana: hipermercados, supermercados, megamercados, bodegas). Situados por todo el país. Entre los productos que importan se encuentra el vino, conservas de verduras (zanahorias, alcachofas, col de Bruselas), productos gourmet (latería, anchoas, pateés), aceite de olivo (Fiesta, Romería, Monterreal).

COMERCIAL SORIANA SA DE CV

Alejandro Rodas 3102-A. Col. Cumbres, sector 8

64610 Monterrey. Nuevo León

Tel: (00 52) (81) 83 29 90 00 / 83 29 91 19

Fax: (00 52) (81) 83 29 91 23/ 26

Persona de contacto: Ricardo Madero (Director de Compras y Abarrotes)

E-mail: rmadero@soriana.com.mx

Web: www.soriana.com.mx

Nota: Importan diversos productos españoles. Gran superficie (123 establecimientos: megamercados e hipermercados). Domina el norte del país, aunque está presente en toda la República, salvo el D.F.

COSTCO

Blvd. Magnocentro, 4. Col. San Fernando La Herradura

Huixquiluca. Estado de México 52765

Tel.: (00 52) (55) 52 46 55 00/ 55 01/ 56 00

Fax: (00 52) (55) 52 46 54 70

Persona de contacto: Polo Ramírez (Gerente de Abarrotes)

E mail: lr Ramirez@costco.com.mx

Web: www.costco.com.mx

Nota: Gran Superficie. Venta mayorista. 25 establecimientos en todo el país, sobre todo el centro. Entre los productos que importan se encuentran el vino, conservas de verduras (alcachofas), aceite oliva (Ybarra), productos gourmet (galletas, latería, salmón, jamón serrano, pasteles)

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

EL PUERTO DE LIVERPOOL SA DE CV

Mariano Escobedo 425, Col. Chapultepec-Morales

11570 México D.F.

Tel.: (0052) (55) 53 28 68 00/ 64 00/ 65 00 (Conmutador)

Fax: (0052) (55) 55 31 72 51

Personas de contacto: Héctor Luna (Gourmet)

Rafael Alatríste (Director de Diversos) E

mail: hluna@liverpool.com.mx / ralatríste@liverpool.com.mx

Web: www.liverpool.com.mx

Nota: Tienda departamental, tipo El Corte Inglés (20 establecimientos). También tiene otros 23 establecimientos de Fábricas de Francia. Entre los productos que importan se encuentran el vino, aceite de olivo, productos gourmet (pastas, embutidos, latas), conservas vegetales (elotito, corazón de alcachofa)

GIGANTE

Ejército Nacional 769-A.

Col. Granada, Del. Miguel Hidalgo.

C.P. 11520. D.F.

Tel: (00 52) (55) 5269 8000

Fax: (00 52) (55) 5269 8139

Personas de contacto: Sr. Jorge Fernández (Gerente de Mercancías en general)

Sr. Francisco Quintana (Comprador de Abarrotes Comestibles)

E-mail: fquinta@gigante.com.mx

Web: www.gigante.com.mx

Nota: Gran superficie (182 establecimientos: bodegas, hipermercados y supermercados).

Importan y comercializan.

GRUPO IDEA SA DE CV (COMERCIAL VH, OPERADORA FUTURAMA, OPERADORA MERCO, SUPER SAN FRANCISCO DE ASÍS, TIENDAS DE DESCUENTO ARTELI)

Jaime Balmes 11, edif. C, desp. 702-C. Col. Los Morales-Polanco. 11510 México D.F.

Tel. (00 52) (55) 53 95 37 55/ 34 51

Fax: (00 52) (55) 55 76 36 59

Persona de contacto: Lic. Gerardo Ospital Enríquez (Director General)

E-mail: gospital@g-idea.com.mx

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

Web: www.g-idea.com.mx

Nota: Controla una cadena de 160 hipermercados y supermercados en el norte y sur del país. Cada empresa tiene su director general, pero la primera selección la hace este grupo. Maneja todo tipo de productos, menos textiles. Tiendas de autoservicio, marca propia.

PALACIO DE HIERRO SA DE CV

Valladolid 85, 2º. Col. Roma. 06700 México D.F.

Tel.: (0052) (55) 52 29 54 00 (Conmutador)

Fax: (0052) (55) 5511 3956/5207 5180

Persona de contacto: Jaime Garza, (Gerente)

Rodrigo Verduco (Director de Gourmet)

E mail: jgarza@palaciohierro.com.mx

Web: www.palaciohierro.com.mx

Nota: Tienda departamental, tipo El Corte Inglés. Un poco mejor que Liverpool (7 establecimientos). Entre los productos que importan están el vino, aceite de olivo, conservas vegetales, productos gourmet (jamón serrano, latería)

TIENDAS CHEDRAUI SA DE CV

Av. Javier Rojo Gómez 400

Col. Barrio de San Pedro

CP 09000 México D.F.

Tel. (0052) (55) 1103 8000

Personas de contacto: Sr. José Carlos Cárdenas (Importaciones)

Lic. José Gómez Rosales (Coordinador de mercadería)

Lic. Rolando Rocha Ochoa (Director de Compras)

César Anaya (Subdirector de Compras de Abarrotes)

Arturo San Vicente (Quesos y enlatados Ext. 8133)

E mail: rrocha@chedraui.com.mx

asvicen@chedraui.com.mx

mgrassso@chedraui.com.mx

amugalde@chedraui.com.mx

cesanaya@chedraui.com.mx

falvarez@chedraui.com.mx

Nota: Gran superficie (46 establecimientos: megamercados, hipermercados y supermerca-

EL MERCADO DE LAS CONSERVAS VEGETALES EN MÉXICO

dos). Tienen la sede central en Xalapa, Veracruz. Acaban de comprar Carrefour.

WAL-MART (AURRERÁ, SUPERAMA, SAM'S CLUB Y WAL-MART)

Avda Universidad, 936 - A. Col. Santa Cruz Atoyac. (junto a Plaza Universidad, oficinas en parte de atrás del Wal-Mart)

Del Benito Juárez.

C.P. 03310. México DF

Tel.: (00 52) (55) 5420 0200

Fax: (00 52) (55) 54 20 02 82

Personas de contacto: Yolanda Enríquez (Jefa divisional de compras), ext. 5336

José Francisco Casado (Vicepresidente de compras de abarrotos, vinos y consumibles)

Guillermo Gayosso Olvera (compras centralizadas de abarrotos)

E-mail: myenriq@wal-mart.com / mjcasad@wal-mart.com / mggayos@wal-mart.com

Web: www.wal-mart.com

Nota: Las compras se deciden desde la dirección general de Avda. de la Universidad para todo el grupo.

ICEX

5. BIBLIOGRAFÍA

Direcciones de Internet relacionadas:

- f Secretaría de Economía: www.economía.gob.mx
- f DGN (Dirección General de Normas): www.economia.gob.mx
- f Servicio Nacional de Sanidad Inocuidad y Calidad Agroalimentaria: www.senasica.sagarpa.gob.mx
- f SAGARPA: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación www.sagarpa.gob.mx
- f Aduanas: www.aduanas.sat.gob.mx
- f Secretaría de Salud: www.ssa.gob.mx
- f Aduanas de México: <http://www.aduanas.sat.gob.mx/webadunet/body.htm>
- f Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) www.inegi.gob.mx
- f La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, COFEPRIS: www.cofepris.gob.mx
- f Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias (CANAINCA): www.canainca.org

Bases de datos

- f World Trade Atlas (Importaciones - Exportaciones)
- f DIA – Legislación Aduanera y de Comercio Exterior en México.
- f Euromonitor – Estudios de mercado

Otros

- f SIAP: Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera
- f Trading Safely: Rating de países, índices de morosidad, indicadores macroeconómicos...
- f Cámaras de Comercio: Información sobre mercados exteriores
- f Market access database: Documentos para la importación, generales y específicos.
- f Entrevistas con empresas importadoras y distribuidoras del sector
- f Entrevistas con agentes aduaneros